

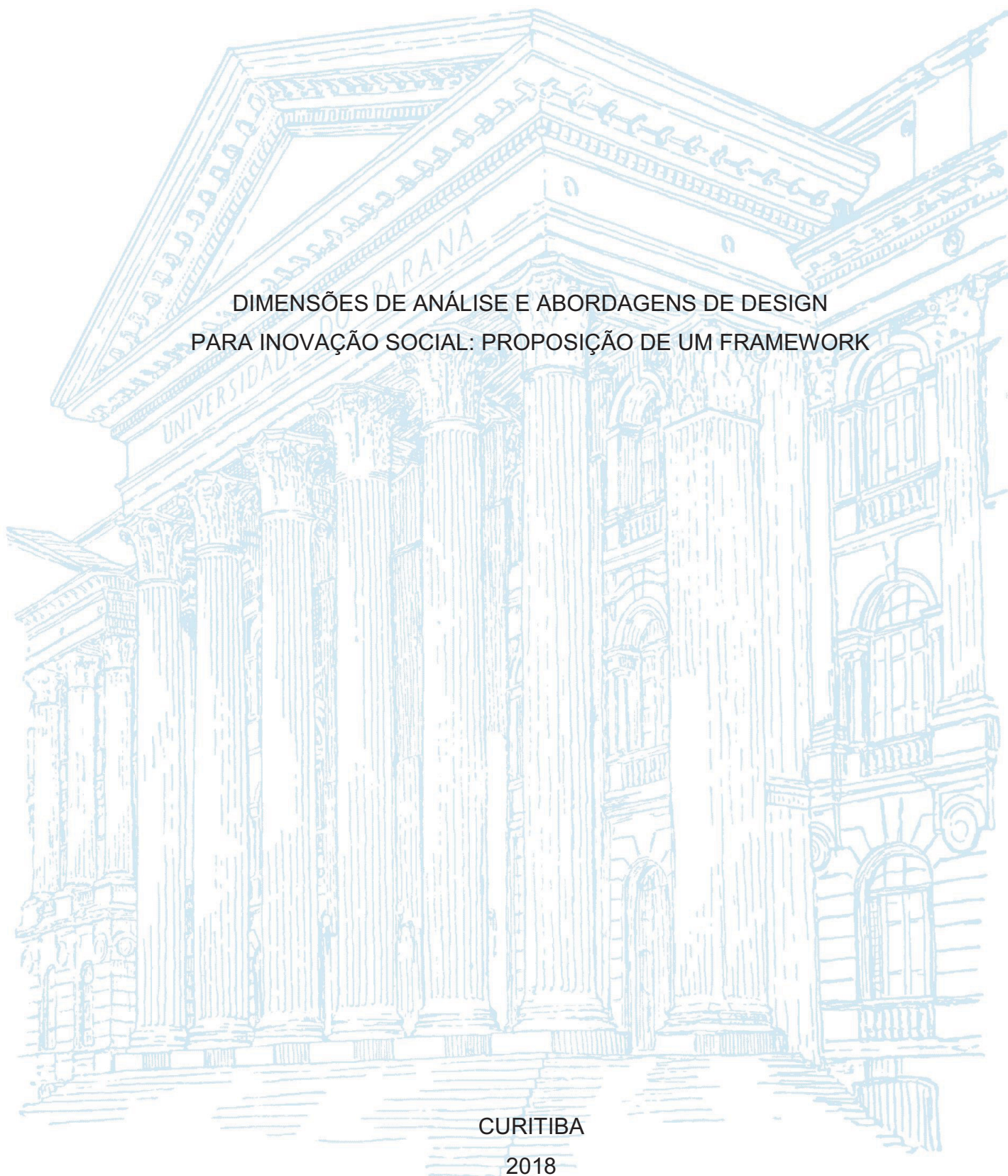
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CAMILA FERRARI DE OLIVEIRA KRASSUSKI

DIMENSÕES DE ANÁLISE E ABORDAGENS DE DESIGN
PARA INOVAÇÃO SOCIAL: PROPOSIÇÃO DE UM FRAMEWORK

CURITIBA

2018



CAMILA FERRARI DE OLIVEIRA KRASSUSKI

DIMENSÕES DE ANÁLISE E ABORDAGENS DE DESIGN
PARA INOVAÇÃO SOCIAL: PROPOSIÇÃO DE UM FRAMEWORK

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Design, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Design.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Liliane Iten Chaves

CURITIBA

2018

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO SISTEMA DE
BIBLIOTECAS/UFPR-BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS
COM OS DADOS FORNECIDOS PELA AUTORA

Rita de Cássia Alves de Souza – CRB 9/816

Krassuski, Camila Ferrari de Oliveira

Dimensões de análise e abordagens de design para inovação social : proposição de um framework [recurso eletrônico] / Camila Ferrari de Oliveira Krassuski. – Curitiba, 2018.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná. Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-Graduação em Design.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Liliane Iten Chaves.

1. Design. 2. Sustentabilidade. 3. Desenho - Inovação. 4. Framework. I Título. II. Universidade Federal do Paraná.

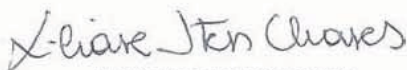
CDD 745.2

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em DESIGN da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **CAMILA FERRARI DE OLIVEIRA KRASSUSKI**, intitulada: **DIMENSÕES DE ANÁLISE E ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL: PROPOSIÇÃO DE UM FRAMEWORK**, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua aprovação no rito de defesa.

A outorga do título de Mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

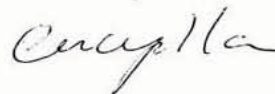
Curitiba, 05 de Dezembro de 2018.



LILIANE ITEN CHAVES
Presidente da Banca Examinadora



ADRIANO HEEMANN
Avaliador Interno (UFPR)



CARLA MARTINS CIPOLLA
Avaliador Externo (UFRJ)

AGRADECIMENTOS

Manifesto aqui meu sentimento de gratidão por todos aqueles que contribuíram em minha jornada rumo à realização de mais um sonho.

Primeiramente à Professora Dr.^a Liliane Iten Chaves, que com sabedoria e assertividade, me apontou os melhores caminhos a serem seguidos.

A todos os professores que contribuíram com minha formação, em todos os momentos de minha vida.

À amiga Paula Abbas, mentora e incentivadora da minha carreira.

Aos meus pais Wagner e Rosangela, pela vida, amor, criação e oportunidades, que fizeram com que eu acreditasse que tudo é possível.

Ao meu irmão Rodrigo pela parceria de toda uma vida.

À minha segunda família pelas palavras de ânimo e encorajamento.

Ao meu grande amor e companheiro Luiz Guilherme, por cada contribuição positiva e enriquecedora em todos os momentos.

À Deus que habita em mim.

“Fais de ta vie un rêve, et d'un rêve, une réalité”.

(Antoine de Saint-Exupéry)

RESUMO

Os modelos de vida atuais baseados no individualismo e imediatismo, na cultura do consumo e aquisição de bens materiais, são responsáveis pelo desencadeamento de contextos socioambientais críticos. Na contramão desses modelos de vida insustentáveis, surgem as inovações sociais, baseadas nas noções de bem-estar atreladas a modos de vida mais sustentáveis, reconhecidas como formas de aprendizado à sociedade. Considerando a importância das inovações sociais em contribuir com futuros mais sustentáveis, o papel do design em orientar tais processos e a constatação de uma lacuna na literatura a respeito de modelos que sistematizem dimensões de análise e abordagens de design para inovação social, esta pesquisa tem como objetivo suprir este hiato, propondo um framework e um roteiro de pesquisa que contemplem dimensões de análise e abordagens de design de forma integrada, com a finalidade de analisar casos de inovação social. Para a realização deste trabalho, utiliza-se como método a pesquisa aplicada, de cunho exploratório e descritivo e de abordagem qualitativa, por meio dos procedimentos de pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso. Como resultado, o framework, composto de seis dimensões de análise (Condições de Surgimento, Natureza, Campo e Atores, Recursos e Dinâmicas, Evolução e Resultados), além das Abordagens de Design, e o roteiro de pesquisa dele derivado, mostraram-se adequados e proveitosos na aplicação prática do estudo de caso escolhido, a Casa da Videira. As Dimensões de Análise propostas contribuíram para um entendimento aprofundado sobre a inovação social em questão, assim como a definição das Abordagens de Design ofereceram uma compreensão ordenada e clara sobre as atividades de design desenvolvidas no caso. A partir de uma constelação de atividades desenvolvidas, verifica-se que a Casa da Videira, contribui com soluções rumo a modos de vida mais sustentáveis. No que tange às abordagens de design, percebe-se a atuação na modalidade design especializado a nível operacional e na modalidade design difuso pela atuação do líder da organização. Conclui-se que os objetivos de pesquisa foram alcançados. O framework apresenta-se como um avanço na pesquisa de inovação social no campo do design, apto a sistematizar as abordagens de design em modalidades, esferas e níveis de atuação, tornando mais fácil a compreensão das possíveis ações a serem realizadas no campo de design estratégico que objetivam apoiar e fortalecer as inovações sociais. Entende-se que o framework pode ser aplicado para estudar outros casos de inovação social como uma ferramenta estratégica de análise e compreensão sistêmica de como o design pode contribuir para as inovações sociais.

Palavras-chave: Design para inovação social. Design para sustentabilidade. Dimensões de análise. Inovação social. Framework.

ABSTRACT

The current lifestyles, based on individualism and immediatism, consumption and acquisition of material goods, are unchaining critical socio-environmental contexts. Contrary to those unsustainable lifestyles, emerge the social innovations, based on the notions of wellbeing linked to more sustainable ways of life, recognized as forms of learning for society. Considering the importance of social innovation in contributing to more sustainable futures, the role of design guiding these processes and finding a gap in the literature regarding models that systematize analysis dimensions and design approaches to social innovation, this research aims to fill this gap, proposing a framework and a research script that contemplate dimensions of analysis and design approaches in an integrated way, with the purpose of analyzing cases of social innovation. For the accomplishment of this work, is used as method, the applied research, of exploratory and descriptive character and qualitative approach, through the procedures of bibliographical research, documentary and case study. As a result, the framework, composed of six dimensions of analysis (Conditions of Emergence, Nature, Field and Actors, Resources and Dynamics, Evolution and Results), in addition to the Design Approaches, and the research script derived from it, were adequate and useful in the practical application of the case study chosen, Casa da Videira. The proposed Dimensions of Analysis contributed to an in-depth understanding of the social innovation in question, as well as the definition of Design Approaches offered an orderly and clear understanding of the design activities developed in the case. From a constellation of activities, it is verified that Casa da Videira contributes with solutions towards more sustainable ways of life. Regarding the design approaches, are verified the specialized design modality at the operational level and the diffuse design modality by the performance of the leader of the organization. In that way, it is concluded that the research goals were achieved. The framework presents itself as an advance in the research of social innovation in the field of design, able to systematize the design approaches in modalities, spheres and levels of performance, making it easier to understand the possible actions to be carried out in the field of strategic design which aim to support and strengthen social innovations. It is understood that the framework can be applied to study other cases of social innovation as a strategic analysis tool and systemic understanding of how design can contribute to social innovations.

Keywords: Design for social innovation. Design for sustainability. Dimensions of analysis. Social innovation. Framework.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - O PROCESSO DA INOVAÇÃO SOCIAL.....	52
FIGURA 2 - A ECONOMIA SOCIAL.....	53
FIGURA 3 - FRAMEWORK PROPOSTO POR BAEK, MERONI E MANZINI	80
FIGURA 4 - FRAMEWORK PROPOSTO POR CORREIA, OLIVEIRA E GOMEZ....	81
FIGURA 5 - FRAMEWORK PROPOSTO POR D'AMARIO	82
FIGURA 6 - FRAMEWORK PROPOSTO POR DELGADO	82
FIGURA 7 - MODELO DE AVALIAÇÃO PROPOSTO POR MENEZES.....	84
FIGURA 8 - FRAMEWORK PROPOSTO POR PERIAC, DAVID E ROBERSON	85
FIGURA 9 - PLACAS ILUSTRATIVAS	128
FIGURA 10 - RELIGIÃO NA CASA DA VIDEIRA.....	130
FIGURA 11 - PRODUÇÃO DE VERDURAS, LEGUMES E HORTALIÇAS.....	131
FIGURA 12 - MASSAS, PÃES E KOMBUCHA	131
FIGURA 13 - ARMAZENAMENTO DE RESÍDUOS	132
FIGURA 14 - CRIAÇÃO DE ANIMAIS NA CASA DA VIDEIRA.....	132
FIGURA 15 - BAZAR E PIZZA NA CASA DA VIDEIRA	133
FIGURA 16 - ESPAÇO DE DEBATE POLÍTICO.....	133
FIGURA 17 - ALGUNS ATORES DA CASA DA VIDEIRA	135
FIGURA 18 - PLACAS ILUSTRATIVAS	138
FIGURA 19 - PLACA ILUSTRATIVA.....	139
FIGURA 20 - MOEDA SOCIAL NA CASA DA VIDEIRA	140
FIGURA 21 - MATERIAIS DA CASA DA VIDEIRA	146
FIGURA 22 - MATERIAIS DE ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO.....	146
FIGURA 23 - MATERIAIS DE ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO.....	147
FIGURA 24 - MATERIAIS DE ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO.....	147

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - VISÃO GERAL DO MÉTODO DE PESQUISA	18
QUADRO 2 - DIFERENÇAS ENTRE ECONOMIA ORTODOXA E ECONOMIA VERDE	25
QUADRO 3 - UMA VISÃO SISTÊMICA DA INOVAÇÃO	35
QUADRO 4 - DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO ANDRÉ E ABREU	41
QUADRO 5 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO ANDRÉ E ABREU	44
QUADRO 6 - DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO CLOUTIER	44
QUADRO 7 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO CLOUTIER ..	46
QUADRO 8 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO MANZINI	50
QUADRO 9 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN	54
QUADRO 10 – DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO TARDIF E HARRISSON	55
QUADRO 11 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO TARDIF E HARRISSON	57
QUADRO 12 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO CHAVES	68
QUADRO 13 – ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO CIPOLLA E MOURA	69
QUADRO 14 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO CIPOLLA E MOURA	71
QUADRO 15 – ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO MANZINI	72
QUADRO 16 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO MANZINI	76
QUADRO 17 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO MERONI	78
QUADRO 18 - ESTRUTURAS QUE REPRESENTAM ASSUNTOS COMPLEXOS	79
QUADRO 19 - FRAMEWORK PROPOSTO POR MAURER	83
QUADRO 20 - FRAMEWORK PROPOSTO POR SVENSSON ET AL.	86
QUADRO 21 - CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	90
QUADRO 22 - FASES DA PESQUISA	92
QUADRO 23 - ETAPAS DE UMA RBS	93
QUADRO 24 - EXEMPLOS DE DOCUMENTOS	97
QUADRO 25 - EXEMPLOS DE ITENS DE UMA OBSERVAÇÃO DIRETA	98
QUADRO 26 - CRITÉRIOS DE ESCOLHA DOS CASOS	101
QUADRO 27 - CASOS COLETADOS PELA PROFESSORA LILIANE ITEN CHAVES	

.....	102
QUADRO 28 - ESTUDOS SELECIONADOS POR MEIO DA RBA	105
QUADRO 29 - AUTORES E CONTRIBUIÇÕES PARA O FRAMEWORK	106
QUADRO 30 - CONCEITOS DAS DIMENSÕES DAS INOVAÇÕES SOCIAIS	107
QUADRO 31 - CONCEITOS DE ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL	108
QUADRO 32 - CONDIÇÕES DE SURGIMENTO DAS INOVAÇÕES SOCIAIS.....	110
QUADRO 33 - NATUREZA DAS INOVAÇÕES SOCIAIS	111
QUADRO 34 - CAMPOS E ATORES DAS INOVAÇÕES SOCIAIS	112
QUADRO 35 - RECURSOS E DINÂMICAS DAS INOVAÇÕES SOCIAIS	113
QUADRO 36 - EVOLUÇÃO DAS INOVAÇÕES SOCIAIS	114
QUADRO 37 - RESULTADOS DAS INOVAÇÕES SOCIAIS	115
QUADRO 38 – DEFINIÇÃO DE ABORDAGENS DE DESIGN ESPECIALIZADO ..	116
QUADRO 39 - ABORDAGENS DE DESIGN ESPECIALIZADO	117
QUADRO 40 - DEFINIÇÃO DE ABORDAGENS DE DESIGN DIFUSO	119
QUADRO 41 - ABORDAGENS DE DESIGN DIFUSO	119
QUADRO 42 - DIMENSÕES DE ANÁLISE DA INOVAÇÃO SOCIAL	120
QUADRO 43 - ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL	121
QUADRO 44 - FRAMEWORK DE DIMENSÕES DE ANÁLISE E ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL	122
QUADRO 45 - INDICAÇÃO DOS DOCUMENTOS	123
QUADRO 46 - INDICAÇÃO DOS ITENS DE OBSERVAÇÃO DIRETA	123
QUADRO 47 - PERGUNTAS DA ENTREVISTA.....	124

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA	16
1.2. OBJETIVO GERAL.....	16
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
1.4. JUSTIFICATIVA	16
1.5. VISÃO GERAL DO MÉTODO DE PESQUISA.....	18
1.6. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	19
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1. CONTEXTO DE EMERGÊNCIA.....	20
2.2. INOVAÇÃO SOCIAL	28
2.2.1 <i>Dimensões de análise segundo André e Abreu</i>	40
2.2.2 <i>Dimensões de análise segundo Cloutier</i>	44
2.2.3 <i>Dimensões de análise segundo Manzini</i>	46
2.2.4 <i>Dimensões de análise segundo Murray, Caulier-Grice e Mulgan</i>	50
2.2.5 <i>Dimensões de análise segundo Tardif e Harrisson</i>	54
2.3. DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL	58
2.3.1 <i>Abordagens de design segundo Chaves</i>	67
2.3.2 <i>Abordagens de design segundo Cipolla e Moura</i>	68
2.3.3 <i>Abordagens de design segundo Manzini</i>	71
2.3.4 <i>Abordagens de design segundo Meroni</i>	76
2.3.5 <i>Modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design</i>	78
2.4. CONSIDERAÇÕES SOBRE A FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	86
3. MÉTODO	90
3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	90
3.2. FASES DA PESQUISA.....	91
3.2.1 <i>Pesquisa Bibliográfica</i>	93
3.2.2 <i>Construção e Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa</i>	94
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	104
4.1. PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	104
4.1.1 <i>Revisão Bibliográfica Sistemática</i>	104
4.1.2 <i>Revisão Bibliográfica Assistemática</i>	104
4.2. CONSTRUÇÃO DO FRAMEWORK	105
4.2.1 <i>Leitura e categorização dos dados</i>	105
4.2.2 <i>Identificação dos conceitos</i>	106
4.2.3 <i>Desconstrução e categorização dos conceitos</i>	109
4.2.4 <i>Integração dos conceitos</i>	120
4.2.5 <i>Síntese e construção de sentido (proposição do framework)</i>	121

4.3.	CONSTRUÇÃO DO ROTEIRO DE PESQUISA.....	123
4.3.1	<i>Indicação dos documentos</i>	123
4.3.2	<i>Indicação dos itens de observação direta</i>	123
4.3.3	<i>Perguntas da entrevista estruturada</i>	124
4.3.4	<i>Síntese do roteiro de pesquisa</i>	125
4.4.	VALIDAÇÃO DO FRAMEWORK E ROTEIRO DE PESQUISA (ESTUDO DE CASO).....	125
4.4.1	<i>Condições de Surgimento.....</i>	126
4.4.2	<i>Natureza</i>	127
4.4.3.	<i>Campo e Atores.....</i>	134
4.4.4	<i>Recursos e Dinâmicas</i>	135
4.4.5	<i>Evolução</i>	141
4.4.6	<i>Resultados.....</i>	141
4.4.7	<i>Abordagens de Design</i>	145
5.	CONCLUSÃO.....	150
5.1.	DISCUSSÃO FINAL	150
5.2.	CONCLUSÃO	152
5.3.	CONSIDERAÇÕES PARA OUTRAS PESQUISAS	153
	REFERÊNCIAS.....	155
	APÊNDICE A – RESULTADOS DA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMÁTICA	160
	APÊNDICE B – CARTA ASSINADA: CASA DA VIDEIRA	165
	APÊNDICE C – ROTEIRO DE PESQUISA.....	166
	APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO ASSINADO	173
	ANEXO A – ESTATUTO ASSOCIAÇÃO CASA DA VIDEIRA.....	174
	ANEXO B – ANÁLISE DA LEI DE AGRICULTURA URBANA	177

1.INTRODUÇÃO

Os modelos de vida atuais baseiam-se no efêmero, no imediatismo, na valorização da individualidade (BAUMAN, 2001; PETRINI, 2009) e na cultura do consumo material (PETRINI, 2009). Tais aspectos refletem o conceito de qualidade de vida e bem-estar relacionados à aquisição de bens (MANZINI, 2008). Segundo Manzini (2008), a gravidade dos problemas socioambientais enfrentados, deve-se ao desequilíbrio de consumo e produção, comuns aos padrões industriais mantidos pelos países ricos e que se mostrou insustentável.

As inovações sociais surgem nessa realidade líquida e também amplamente conectada, que, intensificada por problemas socioambientais, somados às lacunas de atuação do Estado e Mercado, demanda novas alternativas para solução de problemas e melhoria de vida de maneira sustentável. Com isso, as inovações sociais se apresentam como alternativas viáveis e que se tornarão cada vez mais comuns num futuro próximo, já que tendem a acontecer mais intensamente diante de problemas urgentes (MANZINI, 2008).

A solução para muitos dos problemas enfrentados está contida na mudança dos paradigmas de bem-estar, que deve se voltar à redução drástica do consumo de bens materiais, valorizando a qualidade em detrimento da quantidade (MANZINI, 2008; KRUCKEN, 2009; VEZZOLI et al., 2018). Nesse sentido, a inovação social mostra-se como uma alternativa, pois diferentemente de outros tipos de inovação, não tem como objetivo principal a criação de novos produtos ou artefatos (CAJAIBA-SANTANA, 2013) e sim a formação de relações sociais, promovendo uma mudança social qualitativa (ANDRÉ; ABREU, 2006) a partir de interações necessárias de cooperação e colaboração (CAJAIBA-SANTANA, 2013), buscando gerar bem-estar aos indivíduos e às comunidades (CLOUTIER, 2003).

Entretanto, entende-se que faltam esforços para sistematizar as inovações sociais quanto aos seus processos, abordagens práticas e metodologias. Cipolla e Moura (2012), afirmam que a temática da inovação social não possui uma agenda de pesquisa específica, conjuntos de dados básicos, análises sistêmicas ou planos de ação. Bignetti (2011, p. 4) acredita que: “o campo ainda não representa parcela significativa das pesquisas acadêmicas, e o conjunto de abordagens, metodologias e práticas ainda não se constitui num corpo consolidado de conhecimentos.”

Da mesma forma, Cajaiba-Santana (2013, p. 48) afirma que “faltam estruturas metodológicas capazes de abranger a evolução processual dos diferentes elementos que interagem na construção das inovações sociais.” No contexto de análise de uma inovação social, Svensson et al. (2018) afirmam que é uma frente de pesquisa pouco explorada.

A partir disso, percebe-se uma lacuna na literatura e ao mesmo tempo, entende-se a importância da contribuição do design como uma atividade criativa, sistêmica e cultural, voltada à resolução de problemas (MOZOTA, 2011), que pode colaborar com o apoio e fortalecimento das inovações sociais e suas práticas sustentáveis na geração do bem-estar desvinculado do consumo material, atuando no design para sustentabilidade.

Além disso, outro ponto que motivou esta pesquisa, foi originado a partir de uma necessidade observada pela professora Dr.^a Liliane Iten Chaves. Chaves, coletou inúmeros casos de inovação social em conjunto com os alunos da disciplina de Inovação Social que ministrou no departamento de Design da UFPR desde o ano de 2009 em cursos de extensão e em disciplinas optativas para a graduação, mestrado e doutorado (CHAVES; FONSECA, 2016). A partir disso, Chaves sentiu a necessidade de fazer uma análise posterior desses casos de uma maneira mais aprofundada, de forma a sanar algumas dúvidas levantadas com a experiência prévia, como: Quais seriam as possíveis dimensões a serem observadas e analisadas nos diversos casos? Como poderia ser analisado o papel do designer? Quais seriam os pontos a serem observados em relação ao design?

Dessa forma, para possibilitar esta análise mais detalhada, é essencial uma estrutura que permita comparar e entender os diversos âmbitos de uma inovação social e o papel do design nos casos. Considerando que inovações sociais e soluções geradas por meio delas são intrinsecamente complexas e apresentam motivações, qualidades e resultados únicos (MANZINI, 2017), entende-se que é necessário um modelo ou framework que ofereça uma sistematização de dimensões de análise. Com isso, esta pesquisa busca aproximar dois temas de forma unificada: **a inovação social no sentido de compreensão das suas dimensões e o design para inovação social considerando as possíveis abordagens de design, contribuindo para a análise de casos reais de inovação social e reconhecimento de oportunidades.**

1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

Considerando o contexto apresentado na seção anterior, expõe-se o problema de pesquisa por meio da seguinte pergunta: **“Como estabelecer um framework apoiado na sistematização de dimensões de análise e abordagens de design para inovação social com a finalidade de analisar casos de inovação social?”**

1.2. OBJETIVO GERAL

Propor um framework que contemple dimensões de análise e abordagens de design para inovação social para analisar casos de inovação social.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Debater as intersecções existentes entre sustentabilidade, qualidade de vida e bem-estar, inovação social e design para inovação social;
- Identificar na literatura elementos que caracterizam as dimensões de análise das inovações sociais e as abordagens de design para inovação social;
- Construir um framework e a partir disso, criar um roteiro de pesquisa apto a analisar uma inovação social, por pesquisadores interessados no estudo de uma inovação social ou nas contribuições do design para inovação social;
- Validar o framework e o roteiro de pesquisa aplicando-os em um estudo de caso para analisar um caso existente de inovação social, buscando um melhor entendimento sobre seus aspectos mais importantes e as atividades de design desenvolvidas.

1.4. JUSTIFICATIVA

Diversos autores reconhecem que a maior parte das pesquisas em inovação, não tem como foco as inovações de âmbito social. Bignetti (2011) afirma que a concentração dos estudos acadêmicos acontece na inovação de processo e de

produto. Da mesma forma, Mulgan et al. (2007) afirmam que pouco se sabe sobre inovação social em comparação com a grande quantidade de pesquisas sobre inovação em negócios e ciências, corroborando com a fala de Cipolla e Moura (2012) na qual há também, a constatação de que os investimentos e estudos são direcionados a inovação nos negócios, ciência e tecnologia, apesar da reconhecida importância das inovações sociais.

Em 2007, Mulgan et al., afirmaram que os principais setores de crescimento da economia do século 21 seriam os da saúde, educação e cuidados, contabilizando cerca de 30% do PIB ou mais em alguns países. Tais setores dependem de políticas públicas e exigem modelos de inovação voltados às pessoas (MULGAN et al., 2007). Nesse contexto, as inovações sociais surgem como possíveis soluções, considerando que auxiliam no enfrentamento dos desafios da sociedade contemporânea, como justiça, trânsito, doenças crônicas, mudanças climáticas, e desigualdade (CIPOLLA; MOURA, 2012). Com isso, a inovação social desempenha um papel decisivo tanto para o progresso social como para o progresso econômico (MULGAN et al., 2007).

Cipolla e Moura (2012) destacam a importância do design no suporte às inovações sociais. Nesse sentido, Manzini (2017) acredita que a inovação social será um dos principais objetivos do design no século XXI, entendendo que a inovação social estimulará o design da mesma forma que a inovação técnica estimulou e contribuiu para o desenvolvimento do design século XX.

No que tange à reunião das temáticas inovação social e design para inovação social, por meio de levantamentos bibliográficos, percebeu-se que existem estruturas, frameworks e modelos que contribuem com a análise das dimensões de uma inovação social, porém não foi encontrado framework que apresentasse abordagens de design para inovação social ou um modelo em que fossem integradas as dimensões de análise e abordagens de design para inovação social. Esta pesquisa busca preencher exatamente esta lacuna.

Quanto à importância desta pesquisa, tendo em vista o campo de atuação promissor na contribuição do design para inovação social, destaca-se o papel das escolas de design como vetores de discussão e proposição de soluções e projetos mais sustentáveis, contribuindo para o necessário processo de aprendizagem social (MERONI, 2007). Com isso, esta pesquisa busca contribuir para a comunidade acadêmica, desencadeando diálogos a respeito do tema e colaborando com estudos

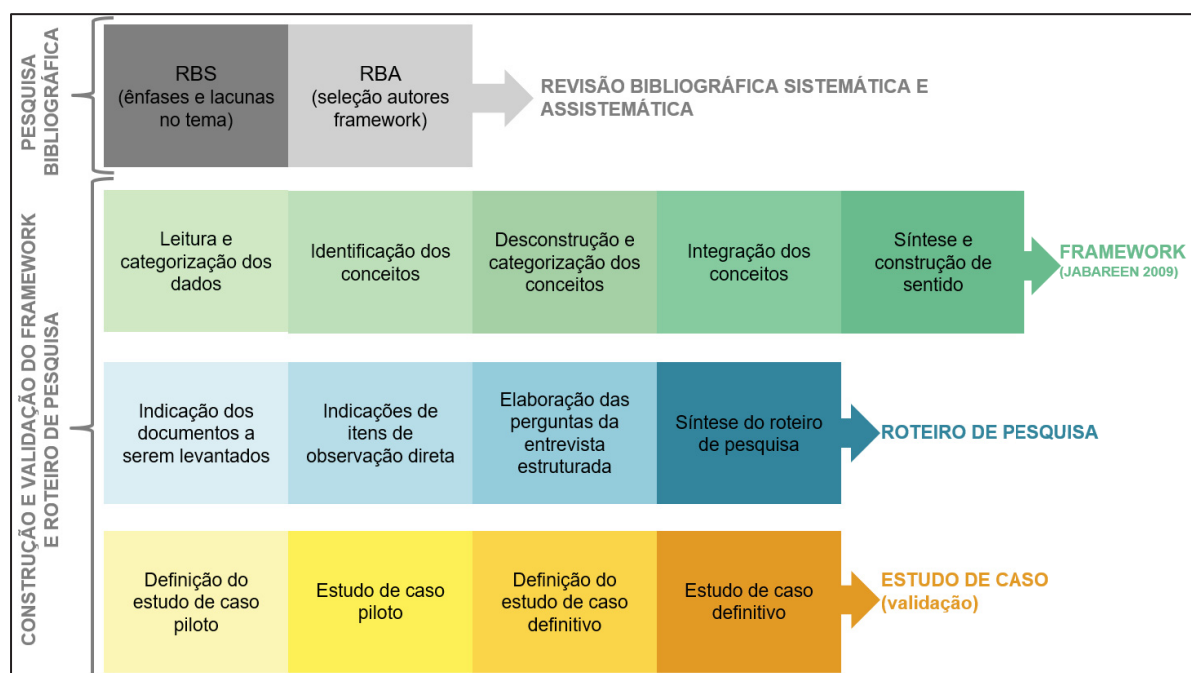
de design para inovação social a partir da proposição de um framework.

Além disso, sendo as inovações sociais casos promissores de aprendizado social rumo a sustentabilidade (MANZINI, 2008), a análise de casos existentes permite nortear ações de design mais eficazes no apoio e fomento às inovações sociais.

1.5. VISÃO GERAL DO MÉTODO DE PESQUISA

Para atingir os objetivos de pesquisa, em relação à metodologia, utiliza-se uma pesquisa aplicada, de cunho exploratório e descritivo e de abordagem qualitativa, por meio dos procedimentos de pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso. A pesquisa está dividida em duas macrofases: 1) Pesquisa Bibliográfica e 2) Construção e Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa (conforme Quadro 1).

QUADRO 1 - VISÃO GERAL DO MÉTODO DE PESQUISA



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A macrofase 1 resulta na Revisão Bibliográfica Sistemática (imprescindível para encontrar ênfases e lacunas sobre o tema na literatura), e na Revisão Bibliográfica Assistemática (importante para a seleção dos autores que embasam a

construção do framework). Já a macrofase 2, tem como produtos o framework, o roteiro de pesquisa e o estudo de caso, sendo que a construção do framework é guiada pelas etapas propostas por Jabareen (2009) e a partir do framework, elaborase o roteiro de pesquisa. Por fim, o framework e o roteiro de pesquisa são validados a partir do estudo de caso da inovação social Casa da Videira, localizada em Curitiba-PR. O método será abordado com mais profundidade no Capítulo 4.

1.6. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta dissertação está estruturada da seguinte forma:

No Capítulo 1 é feita a introdução sobre o presente trabalho, trazendo o problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos, a justificativa de pesquisa e a visão geral do método.

No Capítulo 2, delimita-se a fundamentação teórica, baseada em três temas: o contexto de emergência, a inovação social e o design para a inovação social. O contexto de emergência discute a intersecção entre o cenário atual, a sustentabilidade, as noções de qualidade de vida e bem-estar e as inovações sociais como resposta. A seção sobre inovação social trata dos conceitos e dimensões de análise segundo diferentes autores. A seção sobre design para inovação social traz perspectivas e escopos de design, o papel dos designers como agentes da sustentabilidade, o design para inovação social como alternativa e as abordagens de design para inovação social. Considerações são apresentadas ao final do capítulo.

No Capítulo 3, aborda-se a descrição do método de pesquisa utilizado quanto à classificação da pesquisa e procedimentos técnicos. Após, descreve-se as fases da pesquisa, compostas pela Pesquisa Bibliográfica e Construção e Validação do Framework e do Roteiro de Pesquisa.

No Capítulo 4, apresentam-se os resultados e discussões sobre esses, incluindo as revisões bibliográficas (sistemática e assistemática), a construção e proposição do framework e do roteiro de pesquisa e sua validação na aplicação da porção prática de pesquisa com o estudo de caso escolhido Casa da Videira.

Por fim, no Capítulo 5, encerra-se o trabalho, com a conclusão sobre os resultados obtidos e oportunidades encontradas para pesquisas futuras.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com o objetivo de embasar o estudo e trazer referências da literatura sobre o tema abordado, este capítulo apresenta a fundamentação teórica a partir de conteúdos relacionados ao contexto de emergência, conceitos de inovação social e design para inovação social, encerrando com as considerações sobre a fundamentação teórica.

2.1. CONTEXTO DE EMERGÊNCIA

Cenário Atual

A população mundial vai chegar a nove bilhões de pessoas por volta da metade do século e os recursos considerados críticos¹, como: terras férteis, água potável e petróleo estão encolhendo (GANSKY, 2011). Petrini (2009) adiciona ao cenário atual a instauração da agroindústria no Pós-Guerra para alimentar a crescente população, configurando um alto custo em termos de degradação ao planeta causando poluição, empobrecimento dos solos, aridez, perda de biodiversidade e culturas, bem como a extinção de espécies e degradação do ecossistema. Segundo o autor, isso acarreta na diminuição dos benefícios que as futuras gerações poderão obter com os ecossistemas.

Além das questões da escassez dos recursos ambientais, a deterioração global pode se manifestar na saturação do mercado, nos elevados índices de desemprego, nas guerras regionais geradas pela posse dos recursos naturais, na emigração e seus consequentes problemas raciais, ocasionando um sentimento de incertezas em relação ao futuro (MANZINI, 2008). Bauman (2000), também reconhece que as questões das incertezas, relacionadas a itens como desemprego, aumento do número de idosos e a falta de infraestrutura de apoio, assim como os infortúnios da vida urbana trazendo a alta densidade demográfica, problemas de mobilidade e de abastecimento, são as principais fontes da difusa ansiedade em relação ao presente, ao dia de amanhã e ao futuro mais distante.

Tardif e Harrisson (2005) fazem uma análise do contexto de emergência das inovações sociais a partir da noção de crise nas instituições (do Estado); no campo

¹ São considerados recursos críticos, pois deles depende a subsistência da humanidade.

de trabalho (emprego); e na crise do vínculo social. Para André e Abreu (2006), o cenário que impulsiona a emergência das inovações sociais é a crise do Estado que privilegia investimentos públicos ligados ao aumento da competitividade, não enfatizando a esfera social, o que ocasiona um efeito de exclusão social.

Cipolla e Moura (2012), acreditam que o mundo está imerso em desafios sociais que necessitam de soluções para questões como recursos naturais, mudanças climáticas, suprimentos alimentares adequados, bem como problemas com sistemas de serviços existentes. Para Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) a ineficácia do Estado em resolver questões contemporâneas como mudanças climáticas, doenças crônicas, o aumento da desigualdade, crises, somam-se às ofertas insuficientes de serviços e à introdução de novas tecnologias.

Segundo Manzini (2017) a crise tem obrigado as pessoas a redefinir suas ideias de bem-estar e trabalho, levando-as a modificar seus modos de vida de maneira radical. O autor considera também que, ao mesmo tempo em que o mundo é repleto de problemas, é altamente conectado, possibilitando a expansão das informações e de uma infinidade de interações.

O contexto atual tem como principal fator de identificação o uso de redes e tecnologia. Segundo Vezzoli et al. (2018), a realidade contemporânea não pode mais ser definida como nações ou comunidades isoladas, uma vez que, com o crescente uso das tecnologias de informação e comunicação, a interconexão das sociedades em rede é favorecida.

Segundo Manzini (2017), as redes sociais existem no espaço digital, que é um ecossistema no qual as informações circulam, onde é possível a interação entre grupos, favorecendo novas conexões apoiadas digitalmente. Chaves (2017) entende que as redes colaborativas, são formas de projetos colaborativos que, se tornam possíveis a partir da tecnologia e das redes, possibilitando que pessoas, mesmo que geograficamente longe e que tenham motivações em comum, criem novos projetos conjuntamente.

Baek, Manzini e Meroni (2015), grifam a interdependência das soluções às redes sociais, onde usuários atuam por meio de colaboração, criando um ambiente favorável para que os usuários iniciem novas colaborações. Diamandis e Kotler (2012) argumentam que a quantidade de informações oportunizadas pelas redes, permite que um número cada vez maior de pessoas compartilhe e troque conhecimentos, contribuindo para o aumento de oportunidades e promoção do

pensamento colaborativo. Com isso, é estabelecido um contexto global cada vez mais interconectado e multicultural (VEZZOLI et al., 2018).

Diante disso, percebe-se a existência de um cenário altamente conectado, porém em situação socioambiental crítica. Manzini (2008) acredita que existem algumas causas que impulsionam tal desequilíbrio:

1) Crise dos bens comuns: são os bens comuns locais, representados pelos recursos físicos (o ar, a água) e pelos bens sociais (a comunidade, o senso cívico, o espaço público, a paisagem e a noção de segurança), que foram colocados fora da prioridade do padrão predominante;

2) Desaparecimento do tempo lento e contemplativo: relaciona-se à diminuição do tempo lento, considerando a quantidade de tarefas e velocidade das ações, contemporâneas, ocasionando na perda de momentos “vazios” e de reflexão em detrimento à aceleração e saturação do tempo;

3) Disseminação dos bens de consumo reparadores: são produtos e serviços de uso privado e comum, que prometem a melhoria de vida pois facilitam a vida, mas que acabam por ser um acúmulo de tarefas, como, por exemplo, novos artefatos e novas tecnologias sociais.

Conforme Manzini (2008), os bens adquiríveis de consumo foram alçados a mais importantes que os bens comuns, contribuindo para uma compreensão de bem-estar errônea baseada na aquisição de produtos.

Já os bens comuns fazem parte de como são percebidos os contextos de qualidade de vida e da compreensão relativa quanto à qualidade do bem-estar desejado e percebido pelas pessoas:

A posição central mantida pelos bens adquiríveis individualmente (sejam produtos ou, mais recentemente, serviços) na definição dos modelos de bem-estar dominantes nas sociedades industriais causou, como um efeito colateral altamente tangível, a subestimação do papel que os bens comuns poderiam assumir na definição atual do estado de bem-estar. (MANZINI, 2008, p. 48).

Petrini (2009) também afirma que os modelos de vida atuais, baseados no efêmero, no imediatismo, nos interesses políticos e financeiros, condicionam as pessoas a valorizar a individualidade e a cultura do consumo, em detrimento do coletivo. Tal modelo de desenvolvimento baseado em um crescente consumo material reflete uma continuação do passado, que impossibilita que o futuro seja imaginado, já que a consciência do limite se sobrepõe a isso. Manzini (2008) conclui

que tal modelo de bem-estar, vivido pelos países ricos, mostrou que não poderia ser mantido, com isso, o termo *desenvolvimento sustentável* é introduzido.

Sustentabilidade

Manzini (2008) e Vezzoli et al. (2018) atribuem ao desenvolvimento sustentável, uma mudança necessária radical de paradigma, demandando uma descontinuidade sistêmica, oposta a uma sociedade que considera normal o crescimento dos níveis de produção e consumo material.

A definição clássica de desenvolvimento sustentável foi formulada no relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Esta comissão foi convocada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, em 1983 e teve seus trabalhos realizados de 1983 a 1989, sendo conhecida como Comissão Brundtland, devido ao fato de ter sido presidida por Gro Harlem Brundtland, Primeira Ministra da Noruega naquele período. Neste relatório o desenvolvimento sustentável é “aquele que responde às necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades.” (CMMAD, 1991, p. 46).

A definição traz intrínsecas questões ambientais, sociais e, por consequência, também econômicas e estes são os três pilares da sustentabilidade. Quando fala de uso de recursos, está tratando do pilar ambiental da sustentabilidade. Quando fala de responder às necessidades das gerações presentes e futuras está discutindo a equidade da distribuição de recursos para a população humana hoje e para as futuras gerações, portanto, discute questões sociais relacionadas com o tempo e o espaço. Inevitavelmente, as questões ambientais e sociais estão diretamente relacionadas com a dinâmica econômica, seja quando entendemos o conceito de desenvolvimento enquanto associado ao crescimento econômico, seguindo o sistema vigente, seja entendendo desenvolvimento com outro viés, dissociado a este modelo.

O que o desenvolvimento sustentável busca é que haja o crescimento econômico, com impactos positivos sociais e ao mesmo tempo ambientais (SACHS, 2008). Ou seja, no desenvolvimento sustentável, além da preocupação com a manutenção do crescimento econômico, há a busca pela preservação do ecossistema e o atendimento às necessidades socioculturais.

Para isso, é preciso que a sociedade possa se desenvolver reduzindo os níveis de consumo e produção, melhorando a qualidade do ambiente social e físico (MANZINI, 2008). Vezzoli et al. (2018), afirmam que o desenvolvimento sustentável se baseia na transição de uma ideologia de acúmulo de bens materiais para uma ideologia de suficiência, onde adquire-se apenas o estritamente necessário para o bem-estar e a felicidade.

Para Vezzoli et al. (2018), o pilar ambiental da sustentabilidade relaciona-se à capacidade de cuidados com o meio-ambiente para que mantenha sua capacidade de regeneração, não excedendo os limites de resiliência da *biosfera-geosfera* que é “a habilidade de absorver perturbações antrópicas sem provocar um fenômeno de irreversível degradação como o aquecimento global, depleção da camada de ozônio, acidificação e eutrofização.” (VEZZOLI et al., 2018, p. 25). De acordo com Vezzoli et al. (2018), a sustentabilidade ambiental baseia-se no impacto da troca de substâncias entre o meio natural e os sistemas de produção e consumo, que pode ocorrer como entrada, por meio da extração de substâncias do meio ambiente, e como saída, por meio da emissão de substâncias para o meio ambiente.

Já o pilar social da sustentabilidade, de acordo com Vezzoli et al. (2018), refere-se a garantia que as gerações futuras terão em satisfazer suas necessidades, a partir de princípios de equidade e coesão social com a distribuição equitativa de recursos, considerando que todos têm o mesmo direito de acesso a recursos naturais. Para isso, os autores acrescentam que é necessário um canal efetivo de comunicação, bem como o uso de instrumentos de governança para decisões que afetam a coletividade.

O terceiro pilar, o econômico, diz respeito a transição de uma visão de *Economia Ortodoxa*, pautada no individualismo, concorrência, competição, lucratividade e consumismo, para uma visão da *Economia Verde*, baseada em cooperação, desenvolvimento em pequena escala, redes, compartilhamento, autogestão, consumo solidário, voltada a ampliação de valor econômico (VEZZOLI et al., 2018). É possível observar as diferenças entre *Economia Ortodoxa* e *Economia Verde* no Quadro 2. Segundo os autores, o pilar econômico tem como princípio o modelo de desenvolvimento de produção e consumo que respeita os limites de resiliência do meio ambiente, deve ser economicamente viável e baseado na equidade social.

QUADRO 2 - DIFERENÇAS ENTRE ECONOMIA ORTODOXA E ECONOMIA VERDE

ECONOMIA ORTODOXA	"ECONOMIA VERDE"
Crescimento	Desenvolvimento
Lucratividade	Bem estar
Grande escala	Pequena escala
Fornecimento global	Fornecimento local
Negócios com poucos atores	Negócios em rede
Concorrência/competição	Cooperação/solidariedade
Centralização/Concentração	Descentralização/Democracia/Autogestão
Recursos Tangíveis	Recursos Intangíveis
Posse dos ativos	Compartilhamento de ativos
Menor preço possível dos fornecedores	Preço justo para fornecedores
Critérios de compras: quantidade, qualidade e preço	Critérios de compra: atendimento a princípios do consumo solidário
Restrição do acesso a informação	Transparência
Pouca pró-atividade com demandas sociais	Pró-atividades para demanda sociais
Treinamentos para demandas internas	Educando para a sustentabilidade

Fonte: Santos et al. (2011) apud Vezzoli et al. (2018) p. 3

Críticas feitas às discussões da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável de Johannesburgo fizeram com que se acrescentasse um quarto pilar: o cultural, uma vez que as dimensões da sustentabilidade não levavam em conta as diferenças de valores locais, línguas, costumes e diversidade cultural. Após este evento inúmeros pilares foram acrescentados. Ignacy Sachs (2009) chegou a apresentar oito critérios para a sustentabilidade: social, cultural, ecológico, ambiental, territorial, econômico, político (nacional), político (internacional). No entanto, este mesmo autor entende que:

A sustentabilidade social vem na frente, por se destacar como a própria finalidade do desenvolvimento, sem contar com a probabilidade de que um colapso social ocorra antes da catástrofe ambiental. (SACHS, 2009, p. 71).

Na década de oitenta, Schumacher alertou que a questão do acesso à educação, moradia, alimentação e vestuário não era igualitário e uniforme para todos do planeta: "Alguma vez tivemos uma vida tão boa quanto agora? Não estamos mais bem alimentados, melhor vestidos, melhor alojados e melhor educados que nunca? Claro que estamos: a maioria - mas de forma alguma todos - nos países ricos." (SCHUMACHER, 1983 p. 18). Ainda hoje, a desigualdade social é

amplamente discutida e reconhecida, presente na atual conjuntura.

Para Vezzoli et al. (2018), o desenvolvimento ideal pressupõe que a maior parte da população receba os benefícios das mudanças em andamento, percebendo melhorias no padrão de vida material, nas condições de saúde, longevidade, cidadania, educação, assim como na qualidade de preservação do meio-ambiente. Com isso, a evolução positiva do planeta depende da promoção da melhoria do bem-estar da população mais pobre sem replicar os padrões de consumo e produção dos mais ricos, instigando a estilos de vida não orientados ao acúmulo material e sim, na busca do bem-estar desvinculada da oferta de artefatos físicos (Vezzoli et al., 2018).

Qualidade de Vida e Bem-estar

Segundo Periac, David e Roberson (2018), o desenvolvimento sustentável tem relação direta com a melhoria da qualidade de vida. As melhorias das condições de vida tem sido o ponto central da criação de novas ideias, assim como o objetivo dos governos e países: “Sem inovação, ainda estaríamos vivendo em cavernas e nossa expectativa de vida seria substancialmente menor do que é.” (POL; VILLE, 2009, p. 23, tradução nossa). Com isso, os autores associam o progresso nas condições de vida com a melhoria da qualidade de vida.

Para Pol e Ville (2009), a qualidade de vida pode ser representada pela disponibilidade de ar e água limpos, moradia, acesso à educação e pela quantidade de vida representada pela longevidade. Neste sentido estes autores corroboram com Manzini (2008) quando este trata dos bens comuns físicos².

Os autores ramificam *qualidade de vida* em nível micro e macro. No nível micro de qualidade de vida, dois aspectos contribuem para sua definição: características pessoais (que incluem talentos inatos, no nível do capital humano como educação, desenvolvimento de habilidades); e opções valiosas (que remetem ao que uma pessoa pode fazer ou ser, geralmente aceita pela sociedade, como por exemplo: a combinação saudável de exercícios e alimentação adequada). Neste nível, dependendo do indivíduo, situações específicas podem influenciar na percepção de qualidade de vida (POL; VILLE, 2009).

Já no nível macro de qualidade de vida, Pol e Ville (2009) estabelecem como

² Ver página 28 desta dissertação

um conjunto de opções valiosas (que não são escolhas individuais específicas) que um grupo de pessoas tem a oportunidade de escolher como: bem-estar material, oportunidade de educação, saúde, segurança no emprego, vida familiar, vida comunitária, meio ambiente, liberdade e estabilidade política, segurança, igualdade de gênero. De forma geral Pol e Ville (2009) definem que a qualidade de vida que uma pessoa experiencia é determinada pelas opções de escolha e pelo que alcançou, considerando que não existe uma lista universal e padrão de características que favorecem a qualidade de vida no nível individual, porém deliberam que “aspectos ligados à oportunidade de desempenhar um emprego digno e viver em comunidades pacíficas são itens relevantes dessa lista” (POL; VILLE, 2009, p. 17, tradução nossa).

Periac, David e Roberson (2018), consideram que definir o significado de qualidade de vida é uma questão complexa e, assim como Pol e Ville (2009), por meio de uma combinação de dois constructos, estabelecem seu significado: 1) Micro qualidade contínua de melhoria de vida encontra-se nas oportunidades percebidas aptas a satisfazer as aspirações humanas de individualização; 2) Macro qualidade contínua de vida corresponde ao processo de identificar as tensões sociais contraditórias: a individualização e a padronização que moldam a sociedade. Portanto, a melhoria na qualidade de vida deve ser entendida como um processo de estruturação ideal para a sociedade, nas interações entre os dois níveis, unindo a construção da sociedade às aspirações humanas e seus atributos individuais (PERIAC; DAVID; ROBERSON, 2018).

Segundo Venâncio, Heemann e Chaves (2012), a definição de qualidade de vida contempla sistemas, processos e relações que se desenvolvem em um contexto específico, sofrendo a influência de seus arredores e tem relação direta com a percepção de bem-estar. Para Santos (2001), a globalização e a qualidade de vida são processos e construções ideológicas que afetam o modo de vida e as perspectivas de bem-estar das gerações atuais e futuras.

No âmbito do conhecimento científico, o termo felicidade tem sido traduzido como bem-estar subjetivo (SCORSOLINI-COMIN; SANTOS, 2010). Segundo Diener (1984), o bem-estar é subjetivo, pois se encontra na experiência individual vinculada aos aspectos de felicidade, satisfação de vida e afeto positivo. Nesse sentido, Miranda-Sá-Jr. (2011), afirma que o bem-estar está atrelado à satisfação das necessidades, sejam elas conscientes, inconscientes, naturais ou psicossociais, no

nível das necessidades biológicas (bem-estar físico); das necessidades psicológicas (bem-estar mental) e das necessidades sociais (bem-estar social).

Na definição de Veiga e Zatz (2008) apud Vezzoli et al. (2018) p. 17:

Bem-estar significa a plena satisfação das necessidades e desejos do ser humano, através de soluções harmônicas com os limites do meio ambiente. Características elementares para se alcançar este bem-estar incluem ter uma vida longa e saudável; ter instrução e acesso a recursos que permitam um nível de vida digno, além de ser capaz de participar da vida em comunidade. Sem estas características não é possível fazer outras escolhas, garantir seus direitos e se envolver em decisões.

Meroni (2007) aponta que, apesar da noção de bem-estar subjetivo estar atrelada ao às conquistas materiais, em países ricos também se relaciona à qualidade das relações interpessoais: “na capacidade de reunir pessoas em torno de uma ideia, resolver problemas, fazendo com que as pessoas se movimentem.” (MERONI, 2007, p. 10, tradução nossa).

Considerando a natureza subjetiva do bem-estar e a multiplicidade dos indivíduos em seus diferentes contextos, o desafio é encontrar o equilíbrio entre o local e o global, entre o indivíduo e o coletivo em relação ao bem-estar. É possível pensar globalmente, mas atuar localmente, visando alcançar uma sociedade mais sustentável (VENÂNCIO; HEEMANN; CHAVES, 2012).

As inovações sociais surgem como uma resposta ao cenário atual levantado: crises sociais, ambientais e econômicas, somadas às lacunas de atuação do Estado e do Mercado, além da utilização das redes e novas tecnologias, que desencadeiam desafios e oportunidades.

Consideradas como uma forma de aprendizado social, as inovações sociais representam novos processos voluntários de relacionamento social, melhorando a qualidade de vida e gerando do bem-estar, desencadeando mudanças sociais significativas, apresentando novos estilos de vida que direcionam a humanidade para a sustentabilidade (MANZINI, 2008). Este tema será aprofundado na próxima seção.

2.2. INOVAÇÃO SOCIAL

Nesta seção, serão apresentados os conceitos de inovação social, que os diferem das inovações tecnológicas, das empresas e empreendedorismo social, nos âmbitos que se desenvolvem e dos quais são os seus protagonistas. Além dos

conceitos, são apresentadas nesta seção, as dimensões que compõem as inovações sociais.

Inovação, Inovação Técnica e Inovação Social

A palavra “inovação” deriva do latim, a partir do termo *innovatione* referindo-se a uma ideia de renovação (MAURER, 2011). Rogers (1983) considera como inovação uma ideia, prática ou objeto, percebido como novo por um indivíduo ou outra unidade de adoção. De acordo com Schumpeter (1942) apud D’Amario (2018), p. 36: “inovação é o processo de mutação industrial que incessantemente revoluciona a estrutura econômica interna da organização, destrói a estrutura antiga, e cria uma nova.”

Quanto às inovações técnicas, na literatura encontram-se conceitos que remetem às inovações condicionadas à ideia de inovatividade e ruptura a partir de produtos: “As inovações tecnológicas são formas novas e mais eficientes de transformar a realidade material.” (HEISCALA 2007, p. 59 apud POL; VILLE, 2009, p.6, tradução nossa). Da mesma forma, Cajaiba-Santana (2013), concluem que as inovações técnicas visam avanços na criação de novos produtos ou artefatos.

Moulaert et al. (2005), afirmam que as inovações têm sido abordadas pelo viés das ciências Econômicas e Administrativas, pois apresentam soluções voltadas às atividades econômicas. Porém, Zaoual (2006), destaca que, sob o ponto de observação dos economistas, muitas dimensões de fenômenos sociais permanecem invisíveis, porém, são importantes ser estudados e avaliados.

As discussões sobre inovações de ordem técnica receberam considerável atenção pelos cientistas, contribuindo para seu desenvolvimento, por outro lado, por mais que seja reconhecida a extensão do “social”, pouca atenção foi dedicada à compreensão de sua emergência e disseminação (CAJAIBA-SANTANA, 2013). Até poucos anos atrás, não era um tema predominante na análise das ciências sociais (MOULAERT et al., 2005).

Para Moulaert et al. (2005), o tema inovação social é relativamente novo, utilizado na virada do século XIX por Max Weber como “intenções sociais” e após, por Joseph Schumpeter nos anos de 1930, que: “foi o primeiro a sublinhar a necessidade de inovação social, a fim de garantir uma eficácia econômica que fosse paralela à inovação tecnológica.” (SCHUMPETER, 1942 apud MOULAERT et al.,

2005, p. 1974, tradução nossa).

Diferentemente da inovação de caráter tecnológico, a inovação social tem o objetivo de transformar as relações sociais, promovendo uma mudança social qualitativa (ANDRÉ; ABREU 2006). Segundo Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), a inovação social se difere da inovação de outros campos devido a interações necessárias de cooperação e colaboração. Outra distinção importante pode ser encontrada na estrutura imaterial da inovação social “[...] que não surge como um artefato técnico, mas como novas práticas sociais.” (CAJAIBA-SANTANA, 2013, p. 43, tradução nossa).

A partir do conceito de inovação, vastamente discutido na literatura, considera-se a importância da investigação do fenômeno no âmbito social.

O termo inovação social apresenta na literatura uma vasta gama de definições. Alguns autores argumentam não haver unanimidade sobre a sua definição: “Uma análise da literatura confirma não haver um consenso sobre a definição de inovação social e sobre a sua abrangência.” (BIGNETTI, 2011, p.5). Cloutier (2003) afirma que a inovação social é um conceito ambíguo e que pode refletir diferentes realidades. No campo da inovação social, a literatura é fragmentada, aparecendo como tema de pesquisas não só em design, mas na área de administração, psicologia, antropologia, etc. (VAN DER HAVE; RUBALCABA, 2016). O conceito de inovação social, apesar de ser discutido há muito tempo, ainda é usado de diferentes maneiras, em diferentes disciplinas, apresentando um conceito multidisciplinar (MOULAERT et al., 2005; POL; VILLE, 2009; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010). Delgado (2016) defende que a diversidade de concepções se deve ao fato de que o campo da inovação social é dinâmico, evoluindo em um ambiente de prática, à medida que indivíduos e organizações desenvolvem novas abordagens para o assunto.

Resgatando um dos primeiros conceitos formulados por Taylor (1970) sobre o tema, Cloutier (2003) afirma que a inovação social designa novas maneiras de fazer as coisas, com o objetivo de responder a necessidades sociais, como por exemplo, a pobreza e a delinquência. Para Cloutier (2003), a inovação social é definida por seu caráter inovador e não convencional, uma resposta nova a uma situação tida como não satisfatória, que objetiva resolver problemas sociais, gerando bem-estar aos indivíduos e às comunidades. As inovações sociais não têm uma forma definida, podem ser intangíveis com um processo ou tangível, como um produto ou

tecnologia, podendo se manifestar em todos os setores da sociedade, visando desenvolver o indivíduo, o meio ou a empresa (CLOUTIER, 2003).

Assim como Cloutier (2003), Tardif e Harrisson (2005) tratam da inovação social a partir de diferentes contextos: território, condições de vida e trabalho. Os autores definem a inovação social como uma intervenção feita por atores sociais em busca de responder a uma aspiração, atender a uma necessidade, fornecer uma solução visando modificar as relações sociais, transformando uma estrutura de ação ou propondo novas orientações culturais.

Moulaert et. al. (2005), abordam a inovação social a partir de uma posição ética de justiça social, no combate às forças conservadoras que buscam manter situações de exclusão social. Os autores creditam à inovação social, o papel de satisfação das necessidades humanas básicas, das mudanças nas relações sociais e das relações de poder. Também defendem as inovações sociais no âmbito do empoderamento, a partir do aumento da capacidade e participação sociopolítica no acesso aos recursos necessários para aumentar os direitos à satisfação das necessidades e participação humanas.

André e Abreu (2006) entendem que a inovação social se manifesta por meio de uma ação voluntária, desejo de mudança, como uma resposta advinda da sociedade a partir das lacunas do mercado, gerando mudanças que visam a promoção e a inclusão social, capacitando agentes fracos a desencadear relações de poder:

Uma resposta nova e socialmente reconhecida que visa e gera mudança social, ligando simultaneamente três atributos: (i) satisfação de necessidades humanas não satisfeitas por via do mercado; (ii) promoção da inclusão social; e (iii) capacitação de agentes ou atores sujeitos, potencial ou efetivamente, a processos de exclusão/marginalização social, desencadeando, por essa via, uma mudança, mais ou menos intensa, das relações de poder. (ANDRÉ; ABREU, 2006, p. 124).

A partir do conceito de que inovações sociais tem como base novas ideias que favorecem o aprimoramento do bem-estar humano, Pol e Ville (2009), desenvolvem uma definição que objetiva melhorar a qualidade ou da quantidade de vida, impactando positivamente na qualidade ambiental ou expectativa de vida.

Mulgan et al. (2007) acreditam que inovação social é produzida exclusivamente pelas organizações, ao invés de basearem-se apenas em escolhas de estilo de vida. Para os autores, uma inovação social refere-se a novas ideias -

geralmente já existentes re combinadas - que funcionam buscando metas sociais devido a necessidades insatisfeitas urgentes em melhorar a vida das pessoas. Em sua abordagem, os autores preocupam-se em desenvolver conceitos e práticas de crescimento. Meroni (2007) acredita que inovações sociais são inovações radicais dos sistemas locais, o que denomina *descontinuidades* em relação a um determinado contexto, que desafiam as tradicionais maneiras de fazer as coisas e que são intrinsecamente mais sustentáveis.

Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) conceituam inovação social como novas ideias, produtos, serviços ou modelos, que vão ao encontro das necessidades sociais, buscando reduzir a emissão de carbono, manter as pessoas saudáveis e eliminar a pobreza. A partir do estabelecimento de novas relações sociais ou colaborações, resultam em soluções positivas para a sociedade, elevando sua capacidade de ação. Segundo os autores, as inovações sociais não têm fronteiras, podendo acontecer nos setores público, privado ou em organizações sem fins lucrativos.

Para Westley e Antadze (2010) uma inovação social são processos, produtos ou iniciativas que desafiam o sistema que criou o problema, uma resposta nova e socialmente reconhecida que visa e gera mudança social, a partir de indivíduos, em comunidades ou organizações. Conforme os autores, uma inovação social está apta a resolver os complexos problemas sócio ecológicos que o mundo enfrenta:

A inovação social implica sempre em uma iniciativa que escapa à ordem estabelecida, uma nova forma de pensar ou fazer algo, uma mudança social qualitativa, uma alternativa – face aos processos tradicionais. A inovação social surge como uma missão ousada e arriscada. (WESTLEY; ANTADZE, 2010, p.125, tradução nossa).

Bignetti (2011) preocupa-se em aprofundar o entendimento em como se processa a gestão das inovações sociais, analisando três focos de pesquisa: o empreendedorismo social, as organizações e os movimentos sociais, explicitando a seguinte definição:

É o resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral. (BIGNETTI, 2011, p.4).

Cipolla e Moura (2012) demonstram que uma inovação social consiste na capacidade da sociedade em resolver seus problemas, buscando mudanças

sustentáveis em grande escala ou direcionadas a um caminho mais sustentável. Cajaiba-Santana (2013) define inovação social como um fenômeno social e não apenas um mecanismo econômico ou um processo técnico. O autor acredita que as inovações sociais se formam baseadas em um contexto cultural e histórico, quando uma nova ideia estabelece um modo diferente de agir e pensar e, assim, modifica paradigmas existentes, manifestando-se em mudanças de atitude, comportamentos ou percepções, resultando em novas práticas sociais. Tais inovações “são criadas a partir de ações coletivas, intencionais e orientadas para objetivos, visando à mudança social através da reconfiguração de como as metas sociais são alcançadas.” (CAJAIBA-SANTANA, 2013 p.44, tradução nossa).

Jaeger-Erben; Rückert-John e Schäfer (2015) abordam as inovações sociais a partir do consumo sustentável, definindo o termo como práticas alternativas ou variações de novas práticas que apresentam rotinas diferentes das estabelecidas pelo padrão convencional. Chaves (2017) foca suas pesquisas nas inovações sociais que são motivadas para resolver problemas cotidianos, que surgem principalmente de-baixo-para cima, a partir das comunidades criativas e redes colaborativas, inseridas no conceito de economia distribuída.

Manzini (2017, p. 25) define inovações sociais como: “novas ideias (produtos, serviços e modelos) que atendem a necessidades sociais e, ao mesmo tempo, criam novas relações ou colaborações sociais [...] são boas para a sociedade e também ampliam a sua capacidade de ação.” Para Manzini (2017), a inovação social se apresenta como um agente de mudança em potencial em todo o sistema sociotécnico, manifestando-se nas organizações colaborativas, onde seus membros colaboram com o objetivo de alcançar resultados específicos, que por consequência, produzem benefícios sociais, econômicos e ambientais.

Svensson et al. (2018), definem inovação social como um processo ou produto que visa alcançar o bem social, fazendo com que novos atores, ideias e práticas, colaborem, alterem dinâmicas de relacionamento ou outros recursos, com o objetivo de atender às necessidades sociais, objetivando mudanças positivas. Na sequência, aborda-se as diferenças entre inovação social, empresa social e empreendedorismo social.

Empresa Social, Empreendedorismo Social e Inovação Social

Inovação social, empresas social e empreendedorismo social parecem fazer parte de um mesmo universo e podem gerar possíveis confusões de significados. O principal elemento da inovação social é a criação de valor social (MARSHALL, 2011 apud MORAIS DA SILVA; TAKAHASHI; SEGATTO, 2016).

O termo empreendedorismo social foi cunhado no início da década de oitenta por Bill Drayton, o criador da Ashoka Foundation (LIGHT, 2009 apud BIGNETTI, 2011) para caracterizar “indivíduos com soluções inovadoras para resolver os problemas sociais mais relevantes da sociedade.” (ASHOKA, 2010 apud BIGNETTI 2010, p.10).

Diferentemente da visão dominante de empresa social, segundo a qual: “a figura predominante é alguém que faz algo por outro alguém.” (MANZINI, 2017, p. 101), o que a difere de uma inovação social é que cada uma das partes envolvidas se responsabiliza por ela, estando direta e ativamente envolvida na obtenção do resultado que a própria inovação social estabelece alcançar (MANZINI, 2017).

É possível considerar que a rentabilidade é o quesito que difere a empresa social do empreendedorismo social e da inovação social (WESTLEY; ANTADZE, 2010). Pol e Ville (2009) também consideram que uma inovação social não é orientada ao propósito de lucratividade. Esclarecendo estas diferenças, Westley e Antadze (2010) traçam paralelos que diferenciam os três termos:

1) Empreendedorismo social: é um conceito centrado no indivíduo que se concentra nas qualidades e habilidades da pessoa, que inicia uma nova organização ou empresa. É um ingrediente necessário, mas não suficiente da inovação social. Os empreendedores sociais fornecem as novas ideias que iniciam o processo e podem até ser responsáveis pela disseminação de ideias em várias comunidades;

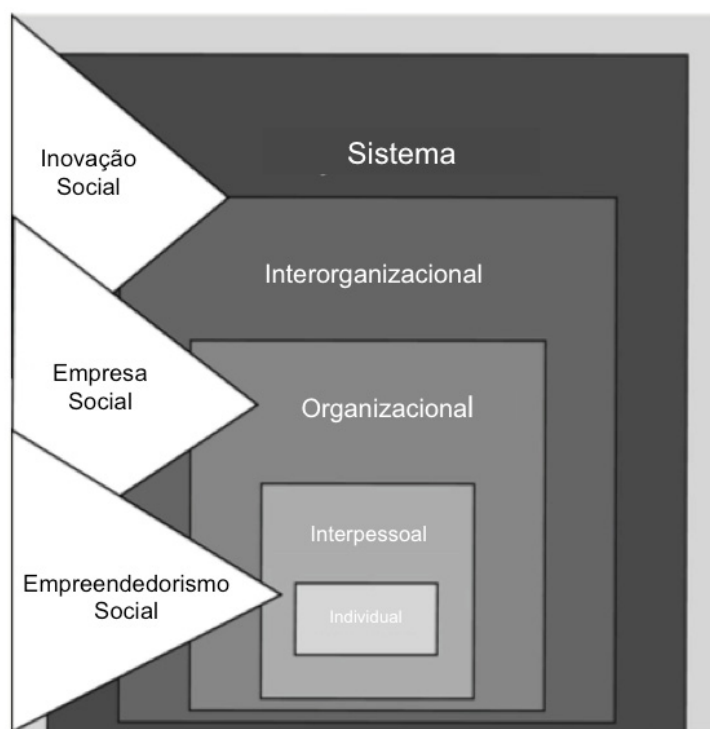
2) Empresa social é uma empresa privada, visando fins lucrativos, que comercializa seus próprios produtos e serviços, combinando interesses comerciais a fins sociais;

1) Inovação social não envolve necessariamente um interesse comercial, embora não exclua tal interesse. A inovação social está orientada a fazer uma mudança no nível sistêmico.

O Quadro 3 ilustra a abrangência do empreendedorismo social, da empresa social e da inovação social. Enquanto o empreendedorismo social se concentra em

ser uma empresa individual, a empresa social se direciona a organizações, e a inovação social se esforça em mudar a forma como um sistema opera, resultando em um impacto amplo e duradouro, gerando mudanças disruptivas (WESTLEY; ANTADZE, 2010).

QUADRO 3 - UMA VISÃO SISTÊMICA DA INOVAÇÃO



Fonte: Westall (2007) apud Westley e Antadze (2010), tradução nossa

Esclarecidas as diferenças entre empreendedorismo social, empresa social e inovação social é possível, agora, focar nas características da inovação social em si.

Âmbitos e Protagonistas da Inovação Social

Considerando a infinidade de definições para o termo inovação social, entende-se que, a partir do âmbito em que se desenvolvem e de seus protagonistas, é possível compreender a abordagem dos autores que se debruçam especificamente no tema das inovações social e seus conceitos. Tais pontos são importantes para compreender e analisar uma inovação social.

Para que o assunto seja desenvolvido, é importante o esclarecimento de três termos que se relacionam às polaridades que desencadeiam as mudanças, gerando

as inovações sociais: De-cima-para-baixo, mais conhecido pelo termo em inglês *top-down*: quando as inovações sociais são desencadeadas por especialistas, tomadores de decisão ou ativistas políticos; De-baixo-para-cima, ou em inglês *bottom up*, quando as pessoas e comunidades estão diretamente envolvidas e constroem, planejam e agem nas iniciativas por vontade própria, sem a intervenção de uma instituição, governo, empresa (MANZINI, 2014).

Apesar de considerarem que as inovações sociais podem surgir em diferentes lugares (no terceiro setor, nas políticas públicas, nas entidades privadas), André e Abreu (2006), acreditam que a inovação social, principalmente, “emerge fora das instituições e frequentemente contra elas, [...] protagonizada informalmente por um movimento social ou, com uma matriz mais estruturada, por uma organização.” (ANDRÉ; ABREU, 2006, p. 129).

Para Cloutier (2003), as inovações sociais podem acontecer voltadas ao:

1) Território: a partir de ações unificadas entre empresas, atores sociais, instâncias políticas; 2) Condições de vida: inovações relacionadas ao consumo, emprego do tempo, ambiente familiar, campo do trabalho, a saúde e a segurança das pessoas, tais inovações se situam na junção entre políticas públicas e movimentos sociais como serviços coletivos, práticas de resistência, lutas populares, novas maneiras de produzir e consumir; 3) Trabalho e emprego: centradas no estudo da regulação do emprego e nas empresas, desempenhadas por empresários e funcionários.

Tardif e Harrisson (2005) consideram que as inovações sociais podem ocorrer em três eixos: 1) Trabalho e emprego: inovações no campo da gestão do trabalho e sua organização; 2) Condições de vida: novas formas organizacionais e institucionais de fazer as coisas, novas práticas sociais, formas de consumir formas de pensar coletivas que levam a conquista de melhorias favoráveis ao bem-estar; 3) Território: baseia-se nos dois eixos apresentados, representando dinâmica coletiva em um dado espaço, onde atores, de forma coletiva, se dedicam ao desenvolvimento socioeconômico de sua comunidade.

Dessa forma, entende-se que os atores são múltiplos e diversificados, advindos tanto do setor público como do privado, como da sociedade civil organizada, em forma de movimentos sociais.

Para Moulaert et. al. (2005), as inovações sociais podem surgir de diferentes setores da sociedade. 1) Dentro das organizações, praticados pelos funcionários; 2)

Na intersecção entre economia, sociedade, meio ambiente e responsabilidade social entre diversos atores; 3) No setor de artes e criatividade, atribuída a iniciativas criadas individualmente; 4) No território, a partir de comunidades e seus agentes sociais; 5) No papel de líderes desafiadores e carismáticos.

Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) consideram que o campo de atuação de uma inovação social é amplo e não apresenta fronteiras fixas, acontecendo nos setores público, privado e sem fins lucrativos: “A maioria das inovações sociais não é puramente de-cima-para-baixo ou de-baixo-para-cima.” (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010, p. 8, tradução nossa).

Segundo Bignetti (2011), a inovação social pode acontecer por iniciativa de empreendedores, por meio da ação organizacional, ou com o surgimento de movimentos sociais. Cajaiba-Santana (2013) defendem que as inovações sociais são interativamente influenciadas por agentes e estruturas sociais, originadas a partir de sistemas sociais, como também podem acontecer dentro de instituições.

Para Manzini (2017), as inovações sociais acontecem a partir de interações de-baixo-para-cima, por meio das organizações colaborativas, mas são sempre apoiadas por troca de informações com outras organizações similares (interação denominada *P2P*) e por diferentes tipos de intervenção de instituições, organizações civis ou empresas (interações de-cima-para-baixo).

Assim como Meroni (2007), Jaeger-Erben; Rückert-John e Schäfer (2015), afirmam que o termo inovação social é aplicado a iniciativas de-baixo-para-cima, advindas de comunidades criativas.

Comunidades Criativas

Meroni (2007) acredita que inovações sociais acontecem a partir de comunidades criativas que são grupos dinâmicos e heterogêneos compostos por indivíduos criativos e empreendedores, dotados de características de liderança e habilidades de design, que se esforçam na construção de um futuro mais sustentável. Esses definem objetivos específicos e encontram ferramentas para alcançá-los, sem esperar por grandes mudanças vindas do sistema. Esses grupos podem ser encontrados em áreas urbanas e, por mais que sejam locais, estão conectadas em rede, o que permite a troca de experiências e compartilhamento de problemas a nível internacional, adquirindo assim, um caráter totalmente

cosmopolita (MERONI, 2007).

Para Moulaert et al. (2005), as iniciativas mais populares, estabelecidas a partir de baixo, que buscam mudar as práticas, são as mais espontâneas, criativas e mais inovadoras. Bauman (2000) entende a comunidade como um local de segurança e apoio: “um mundo total, que oferece tudo o que se pode precisar para levar uma vida significativa e compensadora: aparece como uma solução verdadeiramente radical de todos os problemas, presentes e futuros.” (BAUMAN, 2000, p. 215).

Zaoual (2006) compreende as comunidades a partir do conceito de sítios, associando-os a espaços pensados, mundos simbólicos e morais dos homens, associados às suas práticas cotidianas, onde vivem e acreditam. Para o autor, são espaços *não lugares*, uma entidade imaterial onde o conjunto da vida se manifesta, espaços de vida que se constroem dinamicamente, comunidades que constituem a identidade das pessoas e seus processos de pertencimento. Conforme Zaoual (2006), os sítios representam uma concepção evolutiva do mundo, “compondo um conjunto de dimensões dos territórios de vida em relação ao tempo, natureza, espaço, habitat, arquitetura, vestuário, técnicas, saber-fazer, dinheiro, empreendedorismo, [...] balizando os indivíduos e suas organizações sociais.” (ZAOUAL, 2006, p. 34).

Para Meroni (2007), as comunidades criativas têm a capacidade de reorganizar elementos existentes em novas e significativas combinações e que, de forma colaborativa, inventam, aprimoram e gerenciam soluções inovadoras para novos modos de vida. Essas comunidades criativas estão totalmente enraizadas em um lugar e fazem o uso das fontes disponíveis locais. Direta ou indiretamente, promovem novas formas de trocas sociais e refletem demandas de produtos e serviços, apontando para novas oportunidades de mercado que direcionam seus resultados para desenvolvimento de soluções sustentáveis.

A fim de conduzir o presente estudo, são delimitadas as inovações sociais aqui definidas a partir de duas abordagens: âmbitos e protagonistas e objetivos, apresentados a seguir:

1) Âmbitos e protagonistas³:

- Uma inovação social acontece principalmente a partir de iniciativas de baixo-para-cima, a partir de movimentos sociais ou organizações locais mais estruturadas (ANDRÉ; ABREU, 2006; CLOUTIER, 2003; MOULAERT, 2005; MANZINI 2017; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010).

- A inovação social pode surgir a partir das comunidades criativas (MERONI, 2007; MANZINI, 2008; JAEGER-ERBEN; RÜCKERT-JOHN; SCHÄFER, 2015).

2) Objetivos:

- Uma inovação social visa a sustentabilidade (MOULAERT 2005; MERONI 2007; MANZINI, 2008, 2017; POL; VILLE, 2009; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010; WESTLEY; ANTADZE, 2010; JAEGER-ERBEN; RÜCKERT-JOHN; SCHÄFER, 2015).

- Uma inovação social tem o objetivo de melhorar a qualidade de vida ou gerar bem-estar aos indivíduos e às comunidades (CLOUTIER, 2003; MANZINI, 2008, 2017; POL; VILLE, 2009; CAJAIBA-SANTANA, 2013).

- Uma inovação social visa gerar novas relações sociais (CLOUTIER, 2003; ANDRÉ; ABREU, 2006; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010; MANZINI, 2017).

Com isso, a fim de nortear a pesquisa, elabora-se a conceituação de inovação social:

Inovação social é um fenômeno social que pressupõe interações de colaboração e cooperação, que acontece, principalmente, a partir de iniciativas de baixo-para-cima (incluindo comunidades criativas) podendo ser manifestadas sob a forma de um movimento social ou, de maneira mais estruturada, por uma organização. Estas iniciativas buscam a qualidade de vida e o bem-estar de seus membros, criando novas relações sociais, e por meio da redução do consumo,

³ Não serão consideradas nesta pesquisa inovações sociais que acontecem de dentro e para as empresas (realizadas por seus funcionários), pois se entende que não é o foco ou o escopo desta investigação.

indicam futuros mais sustentáveis, desencadeando mudanças sociais, ambientais e econômicas qualitativas.

Dimensões de Análise da Inovação Social

A palavra *dimensão*, segundo Ferreira (2004, p. 679) significa: “sentido em que se mede a extensão para avaliá-la [...]; importância, valor.” A palavra *dimensão* relaciona-se à ação de dimensionar, medir, planejar, planificar (BUENO, 2000). Com isso, entende-se que a partir das dimensões de um objeto ou fenômeno, é possível interpretar os aspectos de valor que os definem, importantes para sua análise. Com base nesta definição, utilizamos o termo *dimensão* no sentido de analisar uma inovação social sob seus atributos mais importantes.

Nesta seção são apresentadas as dimensões das inovações sociais segundo os autores André e Abreu (2006), Cloutier (2003), Manzini (2017), Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) e Tardif e Harrisson (2005).

2.2.1 Dimensões de análise segundo André e Abreu

André e Abreu (2006), por meio de uma matriz analítica definem indicadores para sistematizar e comparar estudos da inovação social no desenvolvimento dos territórios. Os autores identificam cinco dimensões de análise da inovação social: 1) *Natureza*; 2) *Estímulos*; 3) *Recursos e Dinâmicas*; 4) *Relação de Agência* e 5) *Meios Criativos e Inovadores* (QUADRO 4).

QUADRO 4 - DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO ANDRÉ E ABREU

Natureza	<ul style="list-style-type: none"> • Essência (o foco da mudança) • Barreiras (o que vai ser ameaçado com a inovação social) • Âmbitos (políticas, processos e produtos através dos quais se manifesta a inovação social) • Domínios (económico, tecnológico, político, social, cultural, ético: onde emerge e se desenvolve a inovação social)
Estímulos	<ul style="list-style-type: none"> • Adversidades (que a inovação social visa ultrapassar) • Riscos (que a inovação social visa mitigar) • Desafios (a que a inovação social pretende responder) • Oportunidades (que a inovação social procura aproveitar)
Recursos e dinâmicas	<p>Recursos: Conhecimento e saberes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualificação <ul style="list-style-type: none"> • Informação • Comunicação <p>Capital relacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De proximidade geográfica: <ul style="list-style-type: none"> – Comunidade local – Comunidade regional/nacional • Desterritorializado <p>Dinâmicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Institucionalização/absorção • Mantém-se num quadro não institucional – gera outra onda de inovação • Esgotamento (acaba no momento em que o problema específico se resolve) • Travagem – percurso coercivamente interrompido • Abandono (insustentabilidade)
Relação de agência	<p>Tipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituições <ul style="list-style-type: none"> – Públicas – Privadas – Terceiro sector • Organizações • Movimentos sociais <p>Papel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mediadores • Inovador/adoptante <p>Relação de poder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hegemónicos • Não hegemónicos

Fonte: André e Abreu (2006), p. 131

Na dimensão *Natureza*, visando responder à pergunta: “O que é uma inovação social?”, consideram os seguintes aspectos: essência (foco da mudança); barreiras (o que vai ser ameaçado com a inovação social); âmbitos (políticas, processos e produtos através dos quais se manifesta a inovação social); e domínios (económico, tecnológico, político, social, cultural, ética onde emerge e se desenvolve a inovação social).

Para Alter (2000) apud André e Abreu (2006), a inovação social supõe uma atitude crítica e desejo de mudança intencional e voluntária. É no viés dos processos que a inovação social se destaca, pois tem como objetivo a inclusão social e a

capacitação dos mais fracos, atuando como transformadora das relações de poder (ANDRÉ; ABREU, 2006). Para os autores, a inovação pode ser uma política, um processo ou um produto, situando-se em domínios variados da sociedade.

Na dimensão *Estímulos*, com o objetivo de responder à pergunta “Porque se produz uma inovação social?”, estão as adversidades, riscos, desafios e oportunidades. Os autores reconhecem que um dos maiores estímulos de uma inovação social é a necessidade de vencer adversidades e riscos que emergem no contexto socioeconômico crítico, aproveitando oportunidades e respondendo a desafios.

Na dimensão *Recursos e Dinâmicas* considerando responder à pergunta “como se produz uma inovação social?”, os autores definem que os recursos necessários ao processo são: saberes (conhecimento), agentes qualificados (pessoas que fazem avançar os processos) e o capital relacional. André e Abreu (2006) apropriam-se do conceito de capital relacional, referenciado de Putnam (2000), categorizado em dois tipos: relações internas - dentro da comunidade, denominado *bonding capital*, que a baseia em laços de confiança e cooperação interpessoais; e relações externas - entre lugares distintos, chamado *bridging capital*, sustentado por interesses culturais, geracionais, sociais que não acontece por proximidade geográfica, e sim em um espaço-rede, composto de nós e fluxos.

Já na dimensão das *Dinâmicas*, referem-se à possibilidade de consolidação e difusão da inovação social. André e Abreu (2006) reconhecem que fora do âmbito mercantil, raramente se sustentam, indicando possíveis caminhos que podem percorrer: 1) Institucionalização: quando gera um produto ou processo no combate à exclusão social, é absorvido por instituições; 2) Mantêm-se num quadro não institucional, gerando outra onda de inovação; 3) Esgotamento: acabam no momento em que o problema específico se resolve; 4) Travagem: quando o percurso delas é interrompido) e 5) Abandono: quando ocorre a insustentabilidade da inovação social.

Na dimensão *Relação de Agência* (ou Mediação), a pergunta que pode ser feita é “quem?”. Essa dimensão subdivide-se em tipo, papel e relação de poder. O tipo da mediação diz respeito a quem produz a inovação social, podendo ser advindas de instituições públicas, privadas, terceiro setor, organizações ou movimentos sociais. Os autores afirmam que a inovação se situa, principalmente, no âmbito do terceiro setor, mas reconhecem que a ideia recorrente na literatura é que emergem fora e frequentemente contra as instituições: “sendo o resultado de uma

mobilização em torno de um objetivo, protagonizada informalmente por um movimento social ou, com uma matriz mais estruturada, por uma organização.” (ANDRÉ; ABREU, 2006, p. 129).

Já o papel refere-se à atuação das instituições, organizações ou movimentos, podendo ser considerados ativos (papel de inovadores e adotantes) ou passivos (papel de mediadores). Quanto à relação de poder, concerne à questão de hegemonia *versus* resistência, verificando se existe uma mudança na relação de poder, avaliando se os agentes considerados fracos ou vulneráveis a algum tipo de exclusão tem capacidade para inovar.

A quinta dimensão, *Meios Criativos e Inovadores*, pretende responder ao questionamento: “onde se produz a inovação social?”. Para André e Abreu (2006 p. 130): “o meio articula e confere sentido às várias dimensões da inovação social, constituindo o caldo que promove umas e dificulta outras.” Para eles, o meio pode ser um lugar (comunidade-território) ou um espaço, rede constituída por atores e fluxos materiais e imateriais, dotado de características específicas.

Resgatando os conceitos apresentados por Moulaert (2000), André e Abreu (2006), acreditam que a eventual resolução das formas mais críticas de exclusão só será possível encontrando formas inovadoras de revelar necessidades, de cooperar e de democratizar a gestão pública, enfatizando a importância das mudanças estruturais que promovam a capacitação individual e coletiva no sentido de encontrar soluções para os problemas.

André e Abreu (2006) utilizam o termo *plasticidade*, emprestado da física, apresentado por Lambert (2004), para ilustrar a natureza específica dos meios criativos, significando na capacidade simultânea de flexibilidade e organização e aptidão a sofrer transformações sem perder a identidade. Tais meios devem ser flexíveis e organizados, aptos a sofrer transformações sem perder a identidade; os meios criativos são dotados de diversidade sociocultural ligada à abertura ao exterior; tolerância, na medida em que permitem o risco de inovar; democraticidade, correspondente à participação ativa dos cidadãos (ANDRÉ; ABREU, 2006).

O Quadro 5, apresenta uma síntese das dimensões abordadas segundo os autores.

QUADRO 5 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO ANDRÉ E ABREU

ANDRÉ E ABREU (2006)	1. Natureza (O que é?)	Essência, barreiras, âmbitos e domínios.
	2. Estímulos (Porque se produz?)	Adversidades, riscos, desafios e oportunidades.
	3. Recursos e Dinâmicas (Como se produz?)	Recursos: Conhecimentos e capital relacional Dinâmicas: Institucionalização; Mantém-se no quadro não institucional; Esgotamento; Travagem ou abandono.
	4. Mediação (Quem produz?)	Tipo: instituições públicas, privadas, terceiro setor, organizações ou movimentos sociais Papel: inovador, adotante ou mediador Relação de poder: hegemônico ou não hegemônico,
	5. Meio (Onde se produz?)	Meios criativos com diversidade, tolerância e democraticidade (dotados de plasticidade).

Fonte: Elaborado pela autora com base em André e Abreu (2006)

2.2.2 Dimensões de análise segundo Cloutier

Cloutier (2003) propõe um modelo de análise das dimensões onde aproxima três linhas de pesquisa do estudo do CRISES⁴: indivíduo, território e empresa. O modelo aborda as dimensões de uma inovação social a partir de seis pontos: *Objeto*, *Campo*, *Alvo da mudança*, *Objetivo*, *Processo* e *Resultados* (QUADRO 6).

QUADRO 6 - DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO CLOUTIER

Objeto «O quê?»	Novidade: caráter inovador: Solução nova/ fora do comum Importância das mudanças : Escopo, profundidade Tangibilidade: da ação ao produto: Processual / organizacional / institucional/ produto / tecnologia
Campo « Onde?»	Todos os setores da sociedade
Alvo da mudança	Indivíduo / território / empresa
Objetivo «Porque?»	Bem-estar de indivíduos e comunidades Resolução de problemas / prevenção de problemas futuros / aspirações
Processo «Como?»	Diversidade de atores (ao menos 1 / diversidade) Grau de participação dos usuários (consciência do problema, criação, implementação, avaliação)
Resultados	Importância da qualidade relativa dos resultados

Fonte: Cloutier (2003), p. 42, tradução nossa

⁴ Centre de Recherche sur les Innovations Sociales (Université du Québec à Montréal - UQÀM)

A dimensão *Objeto* busca responder à pergunta “o quê?”. A autora separa em três tópicos: novidade, (diz respeito ao caráter inovador da solução, que deve apresentar uma descontinuidade em comparação a práticas anteriores, buscando resolver problemas específicos); a importância das mudanças (sob o viés dos objetivos que persegue, visando promover o bem-estar dos indivíduos e das comunidades, resolvendo problemas sociais ou atendendo a aspirações sociais); e a tangibilidade, onde a inovação social pode situar-se “em um continuum imaterial/material” (CLOUTIER, 2003, p. 37, tradução nossa), apresentando-se da ação ao produto, sob a forma de práticas, serviços, tecnologias, processos.

Na dimensão *Campo*, com o objetivo de responder à pergunta “onde?”, a autora refere-se a todos os setores tradicionais da sociedade civil como saúde, educação, planejamento urbano, atividades culturais, ação social, economia, planejamento.

Na dimensão *Alvo da Mudança*, a autora considera que as inovações sociais podem ser destinadas a provocar mudanças no indivíduo, território e empresa. No nível do indivíduo, atuando sob a forma de organizações de solidariedade local, visam ajudar os indivíduos a recuperar seu poder e autonomia, crescimento e desenvolvimento de saberes, e valorização individual. No nível do território, são orientadas para as comunidades, visando o desenvolvimento de um território com o objetivo de melhorar a qualidade de vida. Já no nível empresas, são orientadas às organizações empresariais (que, de acordo com a definição do escopo da pesquisa, não serão detalhadas aqui).

Na dimensão *Objetivo*, respondendo ao questionamento “por quê?”, as inovações sociais são implementadas para apoiar o bem-estar de indivíduos e/ ou comunidades, tornando-se, necessariamente, parte de um processo de mudança sustentável, resolvendo e prevenindo problemas: “a diversificação de tarefas e responsabilização, em particular, requer a aquisição de novas habilidades, promovendo o desenvolvimento e a realização pessoal, aumentando a sensação de controle sobre o meio ambiente.” (CLOUTIER, 2003, p. 27, tradução nossa).

Na dimensão *Processo*, Cloutier (2003) busca responder ao questionamento “como?”, preocupando-se com dois aspectos: a diversidade de atores e seu grau de participação. Segundo a autora, a diversidade e a pluralidade de autores é uma condição essencial para a criação e implementação de novas soluções. A participação ativa dos atores em processos de aprendizagem conjunta, denotam a

particularidade das inovações sociais.

Na dimensão *Resultados*, não existe um critério estabelecido ou passível de ser estabelecido por ser considerada uma noção subjetiva condicionada a critérios de sucesso estabelecidos pelos atores.

O Quadro 7, apresenta-se uma síntese das dimensões abordadas pela autora.

QUADRO 7 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO CLOUTIER

CLOUTIER (2003)	1. Objeto (O quê?)	Novidade: Caráter inovador Importância das mudanças: escopo e profundidade Tangibilidade: processo, produto
	2. Campo (Onde?)	Todos os setores da sociedade
	3. Alvo da mudança	Indivíduo, território ou empresa
	4. Objetivo (Por quê?)	Bem-estar individual e coletivo; Resolução e prevenção de problemas
	5. Processo (Como?)	Diversidade de atores e grau de participação
	6. Resultados	Importância da qualidade relativa dos resultados

Fonte: Elaborado pela autora com base em Cloutier (2003)

2.2.3 Dimensões de análise segundo Manzini

Apesar de não sistematizar ou representar graficamente as dimensões de uma inovação social, Manzini (2017), apresenta uma visão completa e abrangente de uma inovação social, onde é possível encontrar 10 itens que a caracterizam sob o ponto de vista de suas dimensões: *O que é*, seus *Objetivos*, *Condições de Surgimento*, *Dinâmicas*, *Atores*, *Campo*, *Recursos*, *Estágios*, *Resultados* e *Meio*.

Quanto ao que venha ser uma inovação social, o autor as especifica como organizações colaborativas, que podem ser: 1) Associações colaborativas: grupos de grupos de pessoas que trabalham juntas para resolver problemas ou abrir novas possibilidades; 2) Serviços colaborativos: tipo particular de serviço no qual os usuários finais são ativamente envolvidos e assumem o papel de coprodutores do serviço; 3) Empreendimentos de produção colaborativa: novos modelos de produção e distribuição, dotados de um valor social especial. Tais organizações tangibilizam

suas ações com produtos, serviços, modelos ou novas ideias, criam novas relações ou colaborações sociais.

Considerando os *Objetivos*, Manzini (2017) define como maneiras novas e colaborativas de viver e produzir a partir de soluções que melhoram a qualidade de vida e reduzem o consumo (modos de vida sustentáveis) conferindo à sociedade, capacidade de ação.

Quanto às *Condições de Surgimento*, é possível reconhecer dois níveis: externo e interno. No primeiro, estão contidos fatores do contexto atual global como crise econômica, aumento populacional, mundo altamente conectado, que acabam por desencadear o nível interno relacionado ao desejo e à necessidade: vontade de mudança, realização de coisas em conjunto, busca de valor cultural, redefinição de consumo, modos de vida e trabalho, onde se exige um alto grau de empreendedorismo por quem se propõe a isso.

Na dimensão detectada *Dinâmicas*, é possível distinguir entre dinâmicas externas (que diz respeito às interações da organização social no meio e no contexto, que podem de-baixo-para-cima - no início, a iniciativa é conduzida diretamente pelas pessoas envolvidas), P2P⁵ (ao longo do tempo, recebe apoio e troca de informações com outras organizações similares e por diferentes instituições); e de-cima-para-baixo (intervenções de instituições, organizações civis ou empresas): “nas organizações colaborativas, a colaboração não fica limitada a iniciativas horizontais dentro de grupos populares, mas pode se estender a relações estabelecidas em todas as direções possíveis.” (MANZINI, 2017, p. 97).

Quanto às dinâmicas internas, relacionadas ao funcionamento e à condução da inovação social, regem dinâmicas de colaboração, flexibilidade e democracia, onde “indivíduos decidem livremente abrir mão da sua individualidade para criar um sistema de vínculos com outros indivíduos interessados [...] e os relacionamentos humanos continuam sendo vivos e pessoais.” (MANZINI, 2017 p. 38). As organizações sociais são sistemas de interação, dotados de relações humanas complexas e profundas, com “toque humano”, onde tais relações são valorizadas pelos participantes e “em inúmeros casos é o interesse na qualidade dos relacionamentos que tende a guiar as escolhas comportamentais.” (MANZINI, 2017

⁵ *Peer-to-peer*: par-a-par ou ponto-a-ponto, ou seja, relações igualitárias entre indivíduos ou instituições com igual poder.

p. 39). Além disso, compreendem que é necessário tempo para que elos e vínculos de qualidade sejam estabelecidos:

A busca por relações intensas demanda uma nova escala de valores, novas interpretações e novas experiências de tempo: o tempo necessário para construí-las [...] o tempo necessário para criar um elo entre uma multiplicidade de atores, lugares, produtos e construir várias camadas de significado sobre eles. Promotores e participantes reconhecem esse elo e – ao contrário do tempo acelerado atual – reconhecem a lentidão como condição para produzir qualidades mais profundas. (MANZINI, 2017 p. 39).

Ainda considerando as dinâmicas internas, é possível verificar que as organizações sociais (ou inovações sociais), apresentam-se como formas sociais livres e reversíveis, onde membros podem decidir se, quando e como juntar-se a elas, ou deixá-las. São flexíveis, onde existe colaboração intencional, na qual as pessoas podem livremente optar por participar; e, também, são abertas para que outras pessoas, que não sejam membros, se expressem. Seguindo uma administração democrática, seus membros têm liberdade para gerir esses chamados “sistemas sócio-técnicos complexos”, onde “há um misto de descoberta da eficácia prática de fazer as coisas em conjunto e do valor cultural de compartilhar ideias e projetos.” (MANZINI, 2017 p. 38).

Na dimensão *Atores*, Manzini (2017) afirma que não existe um perfil estereotipado, prevalecendo uma diversidade de atores, que podem ser promotores, participantes e designers. Os atores “reconhecem esse tipo de complexidade como um valor central na existência da organização.” (MANZINI, 2017 p. 37). Para Manzini (2017), o que torna a iniciativa bem-sucedida são elementos relacionais como motivação, eficácia e empatia entre os participantes.

Quanto ao *Campo*, diz respeito à atuação das inovações sociais nas comunidades locais (*localismo cosmopolita*), porém, globalmente conectadas (*globalização distribuída*). Segundo Manzini (2017), atuam em escala reduzida, visando à comunidade local, porém, conectam-se a outras iniciativas semelhantes ou complementares; com isso, a pequena escala e a interconectividade permitem fincar raízes profundas em um lugar, por outro lado, por estarem altamente interconectadas, são abertas a fluxos globais de ideias, informações, pessoas, bens e capital.

Na dimensão dos *Recursos*, Manzini (2017), refere-se a uma infinidade de itens necessários para que ocorram as interações nas inovações sociais como:

peessoas, lugares, produtos, relações complexas e profundas, fluxos, tempo, conhecimento, know how, capital, redes, bens, capital, ideias, enfatizando que uma inovação social depende do encontro de pessoas, especialistas e bens materiais: “as iniciativas surgem da recombinação criativa de recursos já existentes - de capital social ao patrimônio histórico, de habilidades tradicionais à tecnologia avançada acessível.” (MANZINI, 2017, p. 25).

Manzini (2017) enumera estágios de evolução das organizações colaborativas que emergem, desenvolvem e amadurecem, em três fases: 1) Protótipos: mostram que uma ideia é viável, e que alguém foi capaz de colocá-la em prática, mas ainda é cedo para saber se vão durar e funcionar independentemente das pessoas que a iniciaram ou dos diferentes contextos em que foram criadas (nas origens de cada nova ideia de organização colaborativa existe uma comunidade criativa); 2) Soluções consolidadas: indicam que algumas ideias de solução conseguiram se sustentar por um tempo, inspirar outros grupos de pessoas em outros lugares a realizar algo semelhante, mas ainda necessitam de tempo e atenção; 3) Soluções maduras: organizações colaborativas apoiadas por sistemas de produtos, serviços e programas de comunicação (nessa etapa, algumas das características iniciais podem se perder ou se modificar).

Quanto aos *Resultados*, Manzini (2017) não apresenta uma fórmula pronta para mensurá-los, pois reconhece que os casos de inovação social, e as soluções geradas, são múltiplos e complexos em si, e não podem ser reduzidas a motivações e resultados únicos; sua qualidade é relativa à sua variedade e configuração.

Na dimensão *Meio*, Manzini (2017) considera que são ambientes que favorecem o surgimento, evolução e disseminação de uma inovação social, dotados de estruturas culturais e sociais e infraestrutura técnica, que apoiem e promovam conexões diversas, a qual o autor chama de ecossistemas habilitantes.

O Quadro 8 apresenta uma síntese das dimensões abordadas pelo autor.

QUADRO 8 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO MANZINI

MANZINI (2017)	1. O que é	Organizações colaborativas: Associações, serviços ou empreendimentos colaborativos.
	2. Objetivos	Maneiras novas e colaborativas de viver e produzir a partir de soluções que melhoram a qualidade de vida e reduzem o consumo (modos de vida sustentáveis).
	3. Condições de surgimento	Externas: Crise econômica, aumento populacional, mundo altamente conectado Internas: Desejo de mudança, realização de coisas em conjunto, busca de valor cultural, redefinição de consumo, modos de vida e trabalho, alto grau de empreendedorismo.
	4. Dinâmicas	Interações externas: de-baixo-para-cima, P2P e de-cima-para-baixo Condução interna: flexibilidade, colaboração e democracia.
	5. Atores	Diversidade de agentes: promotores, participantes, designers.
	6. Campo	Atuação nas comunidades locais, porém, com conexão global pelas redes (localismo cosmopolita e globalização distribuída).
	7. Recursos	Interações entre pessoas, lugares e produtos: Pessoas, relações, fluxos, tempo, conhecimento, know how, capital, redes.
	8. Estágios	Fases de evolução: 1) Protótipos; 2) Soluções relativamente consolidadas e 3) Soluções maduras implementadas.
	9. Resultados	Subjetivos: múltiplos e complexos.
	10. Meio	Iniciam e evoluem a partir de ecossistemas habilitantes que necessitam de um ambiente favorável (estruturas culturais e sociais, infraestrutura técnica, conexões diversas).

Fonte: Elaborado pela autora com base em Manzini (2017)

2.2.4 Dimensões de análise segundo Murray, Caulier-Grice e Mulgan

Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), apesar de não contemplarem em seu framework uma visão mais completa de uma inovação social enfatizando apenas seus estágios, possibilitam a identificação de outros aspectos que podem ser considerados dimensões de uma inovação social como: *Contexto*, *O que é*, *Objetivos*, *Campo*, *Relações e Agentes*, *Resultados*, *Meio*, além dos *Estágios*.

Na dimensão *Contexto*, é possível identificar que condições críticas como

mudanças climáticas, desigualdade social, políticas e estruturas ineficazes, são grandes desencadeadores, a nível macro, das inovações sociais. Na dimensão *O que é uma inovação social?* Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) definem como a tangibilização de novas ideias em produtos, serviços ou modelos, que visam solucionar necessidades ambientais e sociais.

Quanto à dimensão *Objetivos*, a partir de relações de colaboração, uma inovação social busca incutir à sociedade, uma capacidade maior de atuação rumo à sustentabilidade. Na dimensão *Campo*, os autores entendem que são as áreas onde acontecem as inovações sociais. Para Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), os setores da sociedade, que são diversos, como educação, agricultura urbana, justiça, etc.

Na dimensão *Relações e Agentes*, é possível sistematizar nos níveis interno e externo. Quanto ao nível interno, os autores acreditam que o que distingue uma inovação social são as suas relações em formatos de cooperação e colaboração entre seus participantes. A nível externo, Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) utilizam a alegoria da *polinização cruzada*, que diz respeito às interações que uma inovação social necessita realizar com outros atores e instituições, para seu crescimento:

A maioria das mudanças sociais não é puramente de-cima-para baixo nem de-baixo-para-cima. Necessitam de alianças entre o que chamamos de "abelhas" - indivíduos criativos com ideias e energia e as "árvores" - grandes instituições com poder e dinheiro para fazer as coisas acontecerem à escala. (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010, p. 8, tradução nossa).

Na dimensão *Estágios*, Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) identificam seis etapas em um processo de inovação social que, segundo os autores, não precisam necessariamente seguir tal ordem (FIGURA 1).

FIGURA 1 - O PROCESSO DA INOVAÇÃO SOCIAL



Fonte: Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), p. 11, tradução nossa

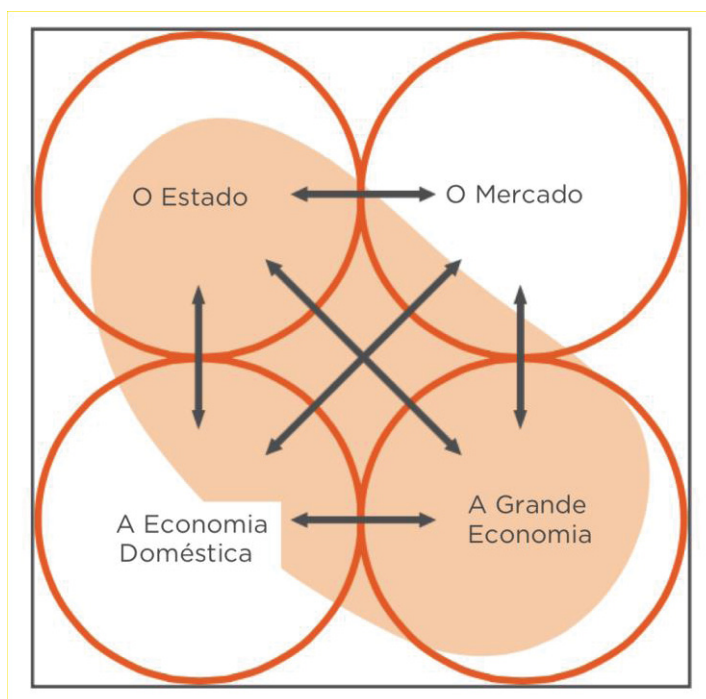
1) Promoções, inspirações e diagnóstico: fatores que irão definir a necessidade da inovação como por exemplos crises, assim como inspirações criativas, sendo que nesta etapa elabora-se o diagnóstico e entendimento do problema; 2) Propostas e ideias: esta etapa refere-se à geração de ideias para solucionar os problemas diagnosticados; 3) Prototipação e pilotos: é a fase onde as ideias são testadas na prática em processos de tentativa e erro, aferindo a aceitação das ideias.

Considerando ainda a dimensão *Estágios*, a etapa 4) Sustentando, refere-se ao dia-a-dia da inovação social, onde as ideias podem ser melhoradas, os rendimentos identificados, assim como a viabilidade financeira; no 5) Escalonamento e difusão: é quando é possível empregar estratégias de crescimento, ampliação e divulgação, contribuindo para sua difusão. A última etapa, 6) Mudança sistêmica, é o estágio mais evoluído de uma inovação social, onde estão envolvidos diversos elementos como movimentos sociais, modelos de negócio, leis e regulamentação, dados e infraestrutura, e novas formas de pensar e agir. Na dimensão *Resultados*, Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), afirmam que os produtos e efeitos de uma inovação social são subjetivos e passíveis de discussão.

Quanto à dimensão *Meio*, identifica-se o ambiente que favorece o surgimento de uma inovação social. Caulier-Grice e Mulgan (2010, p. 7, tradução nossa),

demonstram o caráter inclusivo de uma inovação social: “Não é uma questão de sorte e nem capacidade exclusiva de indivíduos brilhantes, a inovação pode ser gerenciada, apoiada e nutrida e qualquer um pode fazer parte.” Segundo os autores, a Economia Social é a fonte da inovação social, que agrega empresas privadas engajadas no mercado e que tem como prioridade os objetivos sociais. Conforme Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010 p. 142, tradução nossa): “A Economia Social é híbrida, atravessa o Mercado, o Estado, a Grande Economia e a Economia Doméstica e cada um desses setores têm suas próprias lógicas e meios de obter recursos, assim como controle, regras e costumes para a distribuição de seus produtos.” A área sombreada na Figura 2, representa a Economia Social.

FIGURA 2 - A ECONOMIA SOCIAL



Fonte: Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), p. 143, tradução nossa

De acordo com os autores, a Economia Social é caracterizada pelo uso intensivo de redes distribuídas (utilizadas para gerenciamento dos relacionamentos, através de dispositivos móveis ou outros meios de comunicação); não apresenta limites definidos quanto a produtores e consumidores; enfatiza relações de colaboração e uso contínuo; orienta-se pelos valores e missões.

Os autores também consideram que o Estado tem imenso poder em encorajar as inovações sociais, propondo fundos e burocracias mais criativas e

inovadoras. Além disso, a regulamentação, a legislação e a governança são questões que influenciam na criação de um ambiente oportuno às inovações sociais. Na sociedade, a distribuição do tempo, a valorização do trabalho voluntário e de conteúdos e canais que divulgam sobre habilidades de vida também são importantes no fomento das inovações sociais.

O Quadro 9, apresenta uma síntese das dimensões abordadas pelos autores.

QUADRO 9 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN

MURRAY; CAULIER- GRICE; MULGAN (2010)	1. Contexto	Mudanças climáticas, desigualdade social, políticas e estruturas ineficazes.
	2. O que é	Novas ideias, produtos, serviços e modelos que vão ao encontro de necessidades sociais (e ambientais).
	3. Objetivos	Criar novas relações sociais ou colaborações por meio de soluções positivas para a sociedade, elevado sua capacidade ação, rumo à sustentabilidade.
	4. Campo	Não tem fronteiras fixas: acontece em todos os setores
	5. Relações e agentes	Internas: Relações de colaboração e cooperação Externas: Conceito de <i>polinização cruzada</i> (indivíduos criativos e instituições que deem suporte).
	6. Estágios	1) Promoções, inspirações e diagnóstico; 2) Propostas e ideias; 3) Prototipação e pilotos; 4) Sustentando; 5) Escalonamento e difusão; 6) Mudança sistêmica.
	7. Resultados	Subjetivos e passíveis de discussão.
	8. Meio	Economia Social.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010)

2.2.5 Dimensões de análise segundo Tardif e Harrison

Tardif e Harrison (2005) propõem um quadro analítico composto por sete conceitos transversais e convergentes de inovações voltadas ao trabalho e emprego, às condições de vida e ao território (QUADRO 10).

QUADRO 10 – DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO TARDIF E HARRISSON

Contexto	Consideram-se contextos externo e internos, macro e microestruturais e macro e microsociais: Transformações sociais e processos macroestruturais Efeitos e impactos de acordo com escalas, setores de atividade, posição dos atores Restrições e oportunidades locais
Condições de surgimento	Combinação de 3 fatores: Reconhecimento do problema e vontade de agir Dinâmica social apropriada Instituições abertas à mudança Objetivo: sinergia presente ou a ser desenvolvida
Formas	Governança renovada: Parceria Rede Sistêmicas Denominação segundo o tipo de inovação: Meio inovador Sistema de produção localizado Fluxos tensos, etc... Aglomerados Canais Gerações Experimentações Etc. Influenciam e transformam o modelo de desenvolvimento
Processos	Modificação do modo de regulações por meio de processos de: Consulta Participação Mobilização de recursos internos e externos Coordenação Aprendizagem Difusão Institucionalização
Organizações	Flexibilidade Questionamento da hierarquia Questionamento da burocracia
Instituições	Crise Questionamento dos papéis de funcionamento Rigidez institucional
Estruturas	Participativas e democráticas Estruturação conforme os atores Estruturação conforme as escalas
Atores-agentes	Numerosos e diversos Co-presença dos setores público, privado e da sociedade organizada (movimentos sociais) Co-presença de atores que ocupam funções e papéis diferenciados Culturas e identidades diversas Prezam pela autonomia Necessitam de legitimação
Relações	Relações de força Cooperação e engajamento Reciprocidade Negociação de conflitos Inclusão que considera o ambiente setorial e territorial
Regras/ Normas	Compromisso Consenso Reformulação

Fonte: Tardif e Harrisson (2005), p. 36 e 37, tradução nossa

Os conceitos definidos são: *Contexto*, *Condição de surgimento*, *Formas*, *Processos*, *Atores-agentes*, *Relações*; e *Regras e Normas*, e serão aqui referidos como dimensões.

A dimensão *Contexto* engloba um conjunto de restrições e oportunidades que incentivam os atores à ação. Para Tardif e Harrisson (2005), existem as influências de processos macroestruturais como transformações globais, sociais ou tecnológicas e assim como as restrições e oportunidades locais.

Quanto às *Condições de Surgimento*, baseiam-se nas dinâmicas entre atores, contexto e ambiente, resultantes de uma combinação de fatores que permitem uma sinergia (TARDIF E HARRISSON, 2005). Os autores enumeram três eixos principais: 1) Consciência e vontade de agir diante de um problema; 2) Dinâmica social apropriada, dotada de coesão, sentimento de pertencimento, capacidade de mobilização de recursos, autonomia, consenso social; 3) Instituições abertas à mudança, como o Estado e suas respectivas políticas e programas de incentivo às inovações sociais.

Na dimensão *Formas*, de acordo com Tardif e Harrisson (2005), a condição transversal identificada nos três eixos, são as relações dos atores baseadas em parceria e em rede, de forma sistêmica, a qual denominam *governança renovada* e que, em longo prazo: “tendem a influenciar o modelo de desenvolvimento que será adotado pelos atores sociais e isso, bem como ao nível das organizações, territórios e comunidades.” (TARDIF; HARRISSON, 2005, p. 42, tradução nossa).

A dimensão *Processos*, diz respeito ao surgimento e efetivação de uma inovação social a partir das dinâmicas dos atores a respeito de suas competências, participando de processos de consulta, mobilização de recursos internos e externos, aprendizagem, difusão e institucionalização.

Quanto à dimensão *Atores-agentes*, segundo Tardif e Harrisson (2005), são numerosos e diversos, apresentando diferentes culturas e identidades, prezando por sua autonomia. Os atores-agentes podem ocupar papéis e funções diferenciadas em várias atividades e suas intensidades de participação evoluem de acordo com a adequação do interesse individual e coletivo.

O item *Relações* está ligado à capacidade dos atores em superar obstáculos e interagir no sistema, a partir de relações que se baseiam em mecanismos coletivos de aprendizagem, cooperação, engajamento, reciprocidade e negociação de conflitos. A última dimensão, *Regras e Normas*, está intimamente ligada à dimensão

Relações, pois são as diretrizes de uma inovação social no quesito regulamento interno entre os participantes, na necessidade de comprometimento, consenso e aprendizagem.

O Quadro 11 apresenta uma síntese das dimensões abordadas pelos autores.

QUADRO 11 - SÍNTESE DAS DIMENSÕES DE ANÁLISE SEGUNDO TARDIF E HARRISSON

TARDIF E HARRISSON (2005)	1. Contexto	Fatores que encorajam os atores a agir; Externos: transformações sociais e processos macroestruturais; Internos: restrições e oportunidades locais.
	2. Condições de surgimento	Combinação de três fatores: 1) Reconhecimento do problema e vontade de agir; 2) Dinâmica social apropriada (coesão; pertencimento); 3) Instituições abertas à mudança (políticas que incentivam).
	3. Formas	<i>Governança renovada</i> no sistema de atores (em parceria, em rede ou sistêmica).
	4. Processos	Surgimento e efetivação de uma inovação social a partir de processos de: consulta, participação, mobilização de recursos, aprendizagem, difusão, institucionalização.
	5. Atores-agentes	Numerosos e diversos, advindos de diferentes setores da sociedade, culturas e identidades diferentes, prezam pela autonomia.
	6. Relações	Interação dos atores no sistema baseado em cooperação, engajamento, reciprocidade e negociação de conflitos.
	7. Regras e normas	Diretrizes da inovação social: Compromisso, consenso e aprendizagem.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Tardif e Harrisson (2005)

As dimensões de análise da inovação social segundo os cinco autores, são apresentadas de diferentes formas, a partir de suas visões e concepções, porém, todas contribuem de alguma forma: “a literatura abre uma série de caminhos que, dependendo de suas trajetórias intelectuais particulares, enfatizam vários aspectos específicos, mas em última análise oferecem dimensões complementares para a análise da inovação social.” (MOULAERT et al., 2005, p. 1975, tradução nossa).

Na próxima seção, expõe-se o tema do design para inovação social, relacionado à contribuição das abordagens de design, como mais um elemento que favorece o entendimento da análise da inovação social sob a perspectiva do design.

2.3. DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL

Esta seção tem como objetivo trazer perspectivas e escopos de design; mostrar como os designers podem atuar como agentes para a sustentabilidade e como o design para inovação social surge como uma alternativa para futuros mais sustentáveis. Por fim, sob um viés aplicado, são apresentadas as abordagens de design para inovação social.

Perspectivas e Escopos de Design

De acordo com Cajaiba-Santana (2013), a capacidade de criar e inovar é inerente à civilização, como uma manifestação da capacidade criativa que busca desenvolver as necessidades da humanidade em melhorar a qualidade de vida. Dessa forma, Papanek (1971) pontua:

Tudo o que fazemos quase todo o tempo, é design, que é básico para toda a atividade humana; o planejamento e a padronização de qualquer ato em relação a um fim desejado e previsível constituem o processo de design, que está na matriz básica da vida [...] todos os homens são designers. (PAPANEK, 1971 p. 3, tradução nossa).

Segundo Papanek (1971), o design atua por meio do esforço consciente e intuitivo, impondo uma ordem significativa com o objetivo de transformar o ambiente, as ferramentas do homem e, por consequência, o próprio homem. Para Mozota (2011), o design é uma atividade criativa, sistêmica, cultural e artística, voltada à resolução de problemas, que necessita ser entendida de forma integral: “Toda atividade de design implicitamente necessita do domínio do know-how de solução de problemas. Para visualizar soluções e opções para resolução, é importante desenhar o contexto.” (MOZOTA, 2011, p. 309). Para Heemann e Bilik (2016), papel do design é idealizar, selecionar materiais, processos produtivos, operações de produtos, serviços e sistemas.

Na perspectiva técnica e de abordagens gerenciais, Mozota (2011) contribui com o conceito de gestão do design, que propõe modelos organizacionais planos e flexíveis, pautados no caráter dual do design, composto por dimensões tangíveis e intangíveis. A dimensão tangível do design “é parte do sistema de formas sociais e de paradigmas de design.” (MOZOTA, 2011, p. 96). A dimensão intangível do design “é parte dos processos e dos paradigmas administrativos.” (MOZOTA, 2011, p. 96).

Dessa maneira, a autora estabelece três níveis de atuação na gestão do design:

1) Nível operacional (com foco no projeto, voltado à competência econômica), que inclui a ação do design que confere valor de diferenciação do design como marketing, produção e comunicação;

2) Nível funcional (com base no departamento, voltado à competência administrativa), que inclui a função de design na coordenação de estrutura, gestão de tecnologia e inovação;

3) Nível estratégico (eixo da missão, com ênfase na competência central), que inclui a visão de design, orientado a estratégia, gestão de conhecimento e gestão de rede. Mozota (2011) aponta que no nível estratégico, as habilidades de design colaboram para um melhor entendimento das situações complexas.

Por outro lado, Thackara (2005, p. 7, tradução nossa) demonstra que a atividade de design, tida como individual e autoral, deve voltar-se às interações e facilitações de mudança na sociedade, entre grupos de pessoas: “Os dias do designer solo celebridade acabaram.” Já em 1971, Papanek revelou novos caminhos a serem seguidos por designers: direcionar sua capacidade de design como ferramenta inovadora, criativa e interdisciplinar, para a pesquisa, orientada às necessidades dos homens e do mundo, com enfoque nas questões sociais e morais.

Para Krucken (2009), o principal desafio do design, atualmente, é desenvolver e dar suporte a soluções de questões complexas, que exigem uma visão holística do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação, de forma conjunta e sustentável. Para a autora, o escopo do design, antes centrado no projeto e concepção de produtos físicos, vem evoluindo para uma perspectiva mais sistêmica, onde uma das principais responsabilidades do designer relaciona-se à promoção de novos critérios de bem-estar baseados na qualidade e não na quantidade, orientando a sociedade a consumir menos e melhor.

Também é papel dos designers, melhorar a capacidade de atuação dos cidadãos, engajando-os em diálogos sobre seu ambiente e contexto, promovendo novas relações entre as pessoas que fazem coisas e pessoas que as usam (THACKARA, 2005). Para Meroni (2007), em uma sociedade onde “todo mundo projeta” e o design não é executado apenas em estúdios de design, mas em todos os lugares, os designers passam a agir como atores sociais, atuando em seu contexto de especialista e interagindo com a sociedade e as soluções advindas delas, rumo a novos modos de vida mais sustentáveis.

Designers como Agentes da Sustentabilidade

Em 1971, Papanek atribuiu aos designers a responsabilidade pelos erros ambientais acometidos ao planeta, e, com isso, orientou que parassem de sobrecarregá-lo com produtos e objetos mal projetados. Com o passar dos anos o quadro socioambiental encontra-se reconhecidamente crítico e o designer passa a tomar consciência do papel que desempenha. Contudo, ainda hoje, “o conceito de design que vem sendo trabalhado, relaciona-se à cultura do consumo, com foco no desenvolvimento de produtos para a produção em massa.” (MARGOLIN, 1998 apud VEZZOLI et al., 2018, p. 18).

Portanto, como já foi abordado anteriormente, a noção de bem-estar, atrelada à aquisição de bens materiais, é o principal foco de mudança de paradigma a ser conquistado rumo a futuros mais sustentáveis (MANZINI, 2008; VEZZOLI et al., 2018). Uma das áreas importantes para a promoção de soluções sustentáveis é o campo do design que se concentra na intermediação entre o humano e seus ambientes, na busca de uma interação equilibrada entre o local e o global e entre o indivíduo e o coletivo; O design tem como foco encontrar recursos e potencialidades locais, buscando proporcionar o bem-estar e a satisfação das necessidades humanas em seus contextos únicos, tendo em vista a diversidade (VENÂNCIO; HEEMANN; CHAVES, 2012).

Resgatando os três pilares da sustentabilidade apontadas por Vezzoli et al. (2018), (ambiental, social e econômico), os autores propõem soluções que os designers podem implementar em cada uma delas:

- 1) O pilar da sustentabilidade ambiental é o que tem recebido mais ênfase nas pesquisas, onde já existem métodos e ferramentas consolidados e disponíveis para instrumentalizar a prática do profissional e da formação no ensino (VEZZOLI et al., 2018). Nesse pilar, os autores apontam que como entrada do processo, é necessário que os recursos sejam preservados ou que sejam utilizados recursos renováveis; como saída do processo, que a poluição seja prevenida, com a redução das emissões e aumento da biocompatibilidade. Vezzoli et al (2018), demonstram três caminhos possíveis, que interconectados, favorecem a transição para um desenvolvimento sustentável:

- Cenário da biocompatibilidade (recursos utilizados para produção de produtos e serviços compatíveis com o sistema natural). Os autores recomendam a utilização de recursos renováveis, gerando emissões ou resíduos biodegradáveis ou biocompatíveis;
- Cenário da não-interferência (foco na não-extração dos recursos da natureza, e sim na reciclagem);
- Cenário da desmaterialização (redução drástica de materiais necessários ao atendimento às demandas de bem-estar).

Da mesma forma, Manzini (2008), identificou que além dos passos a serem realizados no design de uma solução, como mudar a perspectiva, imaginar soluções alternativas, avaliar e comparar as alternativas para desenvolver soluções adequadas, é preciso pensar nos princípios – considerações que devem ser feitas antes de iniciar um projeto de design: pensar antes de fazer; promover a variedade; usar o que já existe.

Para o autor, as soluções de design direcionadas à sustentabilidade precisam resultar na transformação de um sistema que seja coerente com os princípios fundamentais da sustentabilidade como: baixa intensidade de energia e material; e alto potencial regenerativo.

Chaves (2017) reconhece que o design orientado a ecoeficiência, caminha para o design de serviço, fazendo com que os designers desenvolvam mais habilidades voltadas a:

Promover e facilitar novas interações com novos parceiros socioeconômicos; promover e facilitar o desenho participativo entre diferentes parceiros; criar ferramentas de visualização que permitam a comunicação de resultados e processos; guiar o sistema criado para uma solução eco eficiente. (VEZZOLI, 2010 apud CHAVES, 2017, p. 2, tradução nossa).

Além disso, Manzini (2008) propõe o desenvolvimento de soluções que promovam a qualidade nos contextos, dando espaço à natureza, renaturalizando o alimento, aproximando coisas e pessoas, reduzindo a demanda por transporte e promovendo o compartilhamento de instrumentos e equipamentos, reduzindo a demanda de produtos:

Soluções que implicam a requalificação dos bens comuns e a promoção de uma ecologia do tempo; isto nos leva a enfrentar questões complexas, tais como nossa relação com a natureza e a comida em contextos urbanos altamente artificiais, ou a organização do espaço nas atividades cotidianas e o uso compartilhado e flexível dos bens comuns e a infraestrutura de serviço. (MANZINI, 2008, p. 32).

Contudo, Chaves (2017) afirma que as ferramentas orientadas ao pilar ambiental da sustentabilidade, voltadas principalmente ao desenvolvimento de produtos com baixo impacto ambiental, já estão bem consolidadas. Para Chaves (2017), o designer pode atuar além do pilar ambiental da sustentabilidade, dando ênfase ao pilar social.

No pilar social, Vezzoli et al. (2018), reconhecem que há um consenso quanto a princípios heurísticos relacionados à dimensão social da sustentabilidade como: equidade entre atores, transparência, educação para a sustentabilidade, condições de trabalho e emprego, promoção da coesão social e da equidade social, integração das minorias, aspectos relacionado à democracia, assegurar os direitos humanos, humanos, busca por paz e segurança, respeito à identidade regional e cultural e à biodiversidade natural.

Na dimensão econômica, que tem como foco a redução da pobreza: “significa tratar de forma desigual os menos favorecidos, oferecendo soluções diferenciadas para que tenham condições equiparadas com o restante das pessoas.” (VEZZOLI et al., 2018, p. 36). Os autores apontam algumas estratégias:

- Internalização dos custos (por parte das empresas, redução da margem de lucro, oferecendo um preço justo ao consumidor final, tal aspecto está relacionado a questões de caráter educacional político e legislativo);
- Orientar transições econômicas (transições relativas à interconexão, globalização e localização e comunicação e informação de serviços em detrimento de produtos);
- Estímulo a nichos de mercado promissores (fomento e promoção de modelos promissores baseados nas teorias da economia ecológica que conciliam impactos econômicos, ambientais e sociais).

Vezzoli et al. (2018), expõem que, para o designer participar do processo de desenvolvimento, implantação e monitoramento de soluções economicamente viáveis, tanto nas organizações como na sociedade, pode seguir um conjunto de

princípios consolidados como: promover a economia local, fortalecer e valorizar recursos materiais locais, promover a organização em rede, respeitar e valorizar a cultura local, valorizar a integração de resíduos. Tais ações caminham em parceria com a denominada *Economia Verde*, já abordada anteriormente, que se baseia na contenção do consumo de recursos ambientais e na justiça social.

Manzini (2008), pela ótica das questões sociais e econômicas da sustentabilidade, aponta que é preciso uma distribuição justa de riqueza e poder, um envolvimento individual e coletivo e um empoderamento comunitário, buscando a democracia. Necessitam também estar de acordo com os princípios éticos, onde se contemplam as pessoas, a sociedade e a natureza (em relação à conservação da biodiversidade).

Da mesma forma, na perspectiva da abordagem do design voltada ao contexto do progresso do território, Krucken (2009) enfatiza a necessidade de valorização de produtores e consumidores locais, em ações que prezem conjuntamente o capital territorial e o social, em uma perspectiva sustentável em longo prazo, buscando benefícios simultâneos.

Schumacher (1983) defende a necessidade de desenvolvimento de métodos e equipamentos que sejam baratos e acessíveis, adequados à aplicação em pequena escala e compatíveis com a necessidade humana de criatividade. Segundo o autor, contempladas essas três características “nasce a não violência e um relacionamento do homem com a natureza que assegura a permanência.” (SCHUMACHER, 1983, p. 33).

Em uma abordagem abrangente, onde são agregados os aspectos ambiental, social e econômico da sustentabilidade, Chaves (2017) defende que a pesquisa em design para sustentabilidade tem buscado inovações radicais, como a desmaterialização de produtos, a oferta de soluções através de serviços e a criação de alternativas para um consumo mais responsável. Para Chaves (2017), o designer está apto a conceber e desenvolver um conjunto de soluções facilitadoras e interativas, criando condições atrativas para promoção de estilos de vida mais sustentáveis; nessa abordagem, o designer passa a trabalhar com elementos intangíveis, focando além das questões do produto, ampliando sua visão para o conjunto de produto + serviço + sistema (PSS)⁶.

⁶ PSS é a sigla em inglês Product + Service + System.

A definição de um PSS eco eficiente, proposto pelo projeto LeNS é a seguinte: um modelo de oferta, que proporciona um mix integrado de produtos e serviços, que em conjunto são capazes de satisfazer uma demanda particular do consumidor (para entrega de uma “unidade de satisfação”) baseada em interações inovadoras entre os atores (stakeholders) do sistema de produção de valores (sistema de satisfação), onde o interesse econômico e competitivo dos fornecedores procura continuamente novas soluções ambientalmente benéficas. (VEZZOLI et al., 2018 p. 64).

A abordagem social na questão da sustentabilidade tem sido o foco de diversos pesquisadores e designers que investigam, criam e adaptam ferramentas de gerenciamento estratégico e design colaborativo; com isso, são promovidas interações entre diferentes atores, dos quais podem fazer parte uma empresa, uma comunidade ou um coletivo, auxiliando-os a desenvolver projetos e direcioná-los a soluções mais positivas em termos ambiental e social (CHAVES, 2017).

Do mesmo modo, Krucken (2009) afirma que a inovação voltada à sustentabilidade requer um alto grau de participação social, integrando a competência de diversos atores. Com isso, o papel do designer é de facilitador ou agente ativador de inovações colaborativas, promovendo interações na sociedade. Segundo Thackara (2005), futuros sustentáveis envolvem etapas de design como: pensar, conectar, agir, iniciar processos, ter sensibilidade, promover relacionamentos, aprender novas maneiras de colaborar e fazer projetos.

Manzini (2008) afirma que a transição rumo à sustentabilidade será um processo de aprendizagem social, no qual o designer poderá aplicar sua habilidade difusa, na busca da valorização da criatividade, capacidades organizacionais e conhecimento de modo aberto e flexível. A tarefa de modificar o futuro é de responsabilidade de todos, assim como entender o problema e enxergar novas possibilidades de estilos de vida, contando com novos métodos de produção e padrão de consumo, buscando um modelo para ser perene e sustentável (SCHUMACHER, 1983).

Meroni (2007) propõe que as escolas de design são os lugares ideais para o processo de aprendizagem social onde os próprios designers promoveriam e facilitariam esse processo. A autora vislumbra uma nova geração de designers com habilidades para reconhecer soluções, desenvolver ferramentas, atuando como agentes para a sustentabilidade. Papanek em 1971, também previu esta ideia, argumentando que os jovens poderiam participar da sociedade de forma positiva, por meio do design.

Design para Inovação Social como Alternativa

Considerando a atuação dos designers como agentes da sustentabilidade, a afirmação, que orienta o tema a ser abordado na sequência, é: “O design para inovação social é a inovação social para sustentabilidade.” (Manzini, 2017, p. 77).

Thackara (2005) descreve em sua obra *“In the Bubble”* a transição do mundo onde o bem-estar é baseado em menos coisas e mais pessoas. O autor aponta exemplos de serviços e situações planejadas nas quais as pessoas realizam atividade cotidianas e familiares de novas maneiras, onde o produto desempenha apenas um papel de apoio e o foco é predominantemente em serviços e sistemas e não em coisas, tal descrição, é convergente com a definição de inovação social.

O design para inovação social é uma área recente de pesquisa e prática do design para a sustentabilidade, que vem sendo desenvolvida em vista dos padrões atuais de consumo e produção desequilibrados, em que a qualidade de vida é privilégio dos mais favorecidos (CHAVES; FONSECA, 2016).

A partir das inovações sociais desencadeadas por comunidades criativas, Meroni (2007) explica que tais comunidades aplicam sua criatividade para quebrar modelos dominantes de pensar e fazer e, com isso, conscientemente ou não, geram descontinuidades locais que são uma série de iniciativas locais, cada vez mais capazes de romper os padrões consolidados e nos guiar rumo a novos comportamentos e modos de pensar, uma mudança radical tanto nos meios como nos resultados (MANZINI, 2008).

De acordo com Meroni (2007) as descontinuidades locais são inovações radicais no sistema local, aplicadas a determinados contextos que desafiam as formas tradicionais de fazer as coisas, apresentando um conjunto de soluções diferentes e intrinsecamente sustentáveis, indicando novos rumos para a inovação em produtos e serviços.

As comunidades criativas apresentam casos promissores e sustentáveis, propondo soluções que unem interesses individuais, sociais e ambientais. Tais grupos evidenciam que é possível realizar ações rumo à sustentabilidade, sendo concebível vislumbrar, por meio de seus exemplos, o que é uma sociedade sustentável “normal”, abrindo caminho para debates sobre o assunto (MERONI, 2007). As inovações sociais podem ser chamadas de casos promissores, pois sugerem soluções e combinam interesses pessoais com interesses sociais e

ambientais a uma perspectiva sustentável, que levam a modos de vidas sustentáveis (MANZINI, 2008).

As inovações sociais são soluções concebidas e implementadas que possuem qualidades mais sustentáveis (características intrínsecas melhores do que as propostas pelo sistema dominante, que supõem atributos de produção e consumo insustentáveis). As inovações sociais são aptas a melhorar a qualidade de vida, pois envolvem menos consumo de produtos, energia e espaço; com isso, o consumo reduzido é compensado pelo aumento de outros aspectos considerados mais valiosos (MANZINI, 2017).

Com isso, o autor define que: “O design para inovação social é tudo aquilo que o design especializado pode fazer para ativar, sustentar e orientar processos de mudança social na direção da sustentabilidade.” (MANZINI 2017, p. 76). “A tarefa do design para inovação social é uma ação de design que busca tornar essas maneiras de ser e fazer coisas (existência das organizações colaborativas), não só possíveis, mas também prováveis”. (MANZINI, 2017, p. 91).

Para Cipolla e Moura (2012), o design na inovação social consiste em considerar cada caso como uma solução atingida por meio das capacidades do design em saber (conhecimento) e fazer:

O designer inventa novos padrões e conceitos para abordar fatos e possibilidades. Em um mundo com problemas crescentes que precisam desesperadamente de compreensão e percepção, também há grande necessidade de ideias que possam combinar essa compreensão e percepção de novas soluções criativas. (OWEN 2007, p. 17 apud CIPOLLA; MOURA, 2012, p. 49, tradução nossa).

Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), em seu estudo, descrevem uma infinidade de métodos usados para a inovação social ao redor do mundo, apresentando de formas de pensar a ferramentas projetuais (aqui entendidas como de design). Tais métodos têm em comum o propósito de encorajar o que chamam de *polinização cruzada* – retomando a metáfora das árvores e das abelhas apresentada anteriormente - ou seja, conectar atores, insumos, fontes, ideias, organizações e soluções, que se liga à ideia de codesign apresentada por Manzini (2008, 2014, 2017).

Para Manzini (2014), existe uma gama de atividades que o designer pode operar, visando o impulso, o suporte, o fortalecimento e a replicabilidade das inovações sociais, como a proposição de protótipos, jogos, modelos, desenhos.

Considerando que o processo de design é dinâmico e imprevisível, os designers podem ser os líderes na conceituação e implementação de novas soluções viáveis aos problemas reconhecidos; os designers podem ser facilitadores, apoiando atividades em andamento e também podem desencadear e iniciar novas conversas sociais. Uma das principais atividades dos designers é atuar em equipes de design colaborativo como membros (MANZINI, 2014).

O design para inovação social converge na noção do design participativo sendo considerado “uma constelação de iniciativas de design orientadas a fazer da inovação social mais provável, efetiva, duradoura e apta a se espalhar.” (MANZINI 2014, p. 65, tradução nossa). Segundo o autor, a atividade mais promissora do designer é a de ser desencadeador e ativista de design, ou seja, “fazer as coisas acontecerem.”

Abordagens de Design para Inovação Social

Nesta seção, com o intuito de trazer de forma prática como acontece a atuação do design para a inovação social, apresentam-se as abordagens de design no contexto da inovação social apontados por Chaves (2017), Cipolla e Moura (2012), Manzini (2017) e Meroni (2007).

2.3.1 Abordagens de design segundo Chaves

Chaves (2017) considera que o design especializado pode auxiliar e direcionar inovações sociais rumo a soluções mais amigáveis em termos ambientais, sociais e culturais. Para isso, a autora compreende que os especialistas em design podem usar e projetar ferramentas, interferindo em dois níveis: no gerenciamento operacional e no gerenciamento estratégico.

No nível de interferência operacional, o designer pode atuar no redesenho do existente, em projetos que visam o menor impacto ambiental, trabalhando com inovações incrementais. Já no nível estratégico, o designer pode trabalhar na inserção de inovações radicais, que promovam novos estilos de vida, imprimindo soluções que levam à desmaterialização de produtos.

Outro papel importante desempenhado pelo designer a nível estratégico é o

codesign e o design participativo, auxiliando no desenvolvimento da comunicação ou projetos em grupos e promovendo a interação entre diferentes atores de uma equipe, sendo esta equipe de uma empresa, uma comunidade ou um coletivo.

O Quadro 12 apresenta uma síntese dos conceitos das modalidades de design especializado e difuso, bem como suas abordagens.

QUADRO 12 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO CHAVES

CHAVES (2017)	Conceitos	O design para inovação social projeta ou utiliza ferramentas que auxiliam a comunicação e direcionam a inovação social a uma solução mais amigável em termos ambientais, sociais e culturais. Interferência de especialistas em design nos níveis operacional e estratégico.
	Design especializado	1) Gerenciamento operacional: Redesenho do existente; desenvolver a comunicação da inovação social.
		2) Gerenciamento estratégico: Inserção de inovações radicais - soluções de desmaterialização de produto). Ferramentas utilizadas: codesign, design participativo: interação entre diferentes atores de uma equipe, sendo esta equipe de uma empresa, uma comunidade ou um coletivo.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Chaves (2017)

2.3.2 Abordagens de design segundo Cipolla e Moura

Cipolla e Moura (2012) reconhecem que as inovações sociais não podem ser planejadas, porém, o design pode ser um facilitador para criar condições favoráveis para criar, promover e consolidá-las. As autoras apontam que o design é uma ferramenta indispensável para aprimorar as inovações sociais, promovendo mudanças sustentáveis e propondo soluções criativas.

Cipolla e Moura (2012), consideram duas modalidades de design para inovação social: o design especializado e o design difuso. O design especializado consiste no uso de habilidades em saber e fazer, considerando cada caso como uma solução atingida, atuando como um facilitador que possibilita condições favoráveis para criar, promover e consolidar as inovações sociais. As autoras propõem abordagens de design para inovação social baseadas em quatro ações: potencializar, multiplicar, imaginar e conectar (QUADRO 13).

QUADRO 13 – ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO CIPOLLA E MOURA

Design como potencializador	Design como multiplicador	Design como visionário	Design como conector
Identificar casos de inovação social; Mapear atores, contextos, atividades e relações; Ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; Gerar ideias empoderadoras; Prototipar e desenvolver ferramentas para dar suporte e ampliar casos de inovação social	Identificar comportamentos extremos nas inovações sociais; Ter insights considerando motivações, problemas e oportunidades; Traduzir comportamentos em soluções; Prototipar e desenvolver soluções; Replicar soluções em diferentes contextos para resolver desafios sociais	Identificar contextos que necessitam de inovações sociais; Ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; Imaginar cenários mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver soluções imaginadas; Monitoramento contínuo de soluções que favorecem um futuro sustentável	Mapear fontes físicas, humanas e estratégicas necessárias a inovação social; Entender e ter insights considerando interações, problemas e oportunidades; Imaginar relações mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver relações imaginadas como parte de um sistema integrado

Fonte: Cipolla e Moura (2012) p. 44, tradução nossa

Segundo Cipolla e Moura (2012), as quatro abordagens podem ser simultâneas, apresentando características em comum: tem início a partir da compreensão dos contextos locais, comportamentos, necessidades e motivações, passando pela percepção, análise sistemática, síntese a resolução de problemas rumo a um cenário mais sustentável, para a geração de ideias. Tais abordagens: “Utilizam ciclos de prototipação iterativos para tornar as ideias tangíveis e testar e aprender continuamente de usuários reais em contextos reais, a fim de implementá-los, dimensioná-los e difundi-los.” (CIPOLLA; MOURA, 2012, p. 49, tradução nossa).

A abordagem *Potencializar* consiste na atuação dos designers nas inovações sociais atuando no apoio e fortalecimento. As ações incluem: identificar casos de inovação social; mapear atores, contextos, atividades e relações; ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; gerar ideias empoderadoras; prototipar e desenvolver ferramentas para dar suporte e para ampliar os casos de inovação social.

A abordagem *Multiplicar* é a atuação do designer na sociedade, reforçando sua capacidade de inovar. As ações incluem: identificar comportamentos extremos nas inovações sociais; ter insights considerando motivações, problemas e oportunidades; traduzir comportamentos em soluções; prototipar e desenvolver soluções; replicar soluções em diferentes contextos para resolver desafios sociais

A abordagem *Imaginar* é a intervenção do designer vislumbrando e criando novas estruturas sociais mais sustentáveis e cenários futuros. As ações incluem: identificar contextos que necessitam de inovações sociais; ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; imaginar cenários mais sustentáveis; prototipar e desenvolver soluções imaginadas; monitorar soluções

favorecendo um futuro sustentável.

A abordagem *Conectar* é a prática do design especialista na conexão ou articulação de diferentes atores e recursos necessários para que a inovação social floresça. As ações incluem: mapear fontes físicas, humanas e estratégicas necessárias à inovação social; entender e ter insights considerando interações, problemas e oportunidade; imaginar relações mais sustentáveis; prototipar e desenvolver relações imaginadas como parte de um sistema integrado.

Já na modalidade de design difuso, Cipolla e Moura (2012) consideram que é o design praticado por “não designers”, considerado um “design silencioso”, que consiste na habilidade natural em conceber e realizar coisas novas. “A atividade de design é considerada uma habilidade cognitiva multifacetada, possível em algum grau por todos.” (CROSS, 2009, p. 115 apud CIPOLLA; MOURA, 2012 p. 49, tradução nossa). De acordo com as autoras, o design difuso pode originar iniciativas de inovação social.

O Quadro 14 apresenta uma síntese dos conceitos das modalidades de design especializado e difuso, bem como suas abordagens.

QUADRO 14 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO CIPOLLA E MOURA

CIPOLLA E MOURA (2012)	Design especializado	O design na inovação social utiliza suas habilidades em saber e fazer, considerando cada caso como uma solução atingida, atuando como um facilitador que possibilita condições favoráveis para criar, promover e consolidar as inovações sociais.
		1) Potencializar (atuação nas inovações sociais; design no apoio e fortalecimento): Identificar casos de inovação social; mapear atores, contextos, atividades e relações; Ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; gerar ideias empoderadoras; Prototipar e desenvolver ferramentas para dar suporte e para ampliar os casos de inovação social.
		2) Multiplicar (atuação na sociedade; design no reforço da capacidade da sociedade de inovar): Identificar comportamentos extremos nas inovações sociais; ter insights considerando motivações, problemas e oportunidades; traduzir comportamentos em soluções; Prototipar e desenvolver soluções; replicar soluções em diferentes contextos para resolver desafios sociais.
		3) Imaginar (design vislumbrando e criando novas estruturas sociais mais sustentáveis e cenários futuros): Identificar contextos que necessitam de inovações sociais; ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; imaginar cenários mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver soluções imaginadas; monitorar soluções favorecendo um futuro sustentável.
		4) Conectar (design conectando ou articulando diferentes atores e recursos necessários para que a inovação social floresça): Mapear fontes físicas, humanas e estratégicas necessárias a inovação social; entender e ter insights considerando interações, problemas e oportunidade; imaginar relações mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver relações imaginadas como parte de um sistema integrado.
	Design difuso	Design praticado por “não designers”, considerado um “design silencioso”, que consiste na habilidade natural em conceber e realizar coisas novas.
		Pode originar iniciativas de inovação social.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Cipolla e Moura (2012)

2.3.3 Abordagens de design segundo Manzini

Manzini (2017) defende que os designers devem estar atentos às inovações sociais, identificando casos promissores a partir de suas capacidades e habilidades de design, atuando na promoção e apoio da inovação social, onde todas as suas habilidades como ideias e visões originais e criatividade, combinadas às

experiências reflexivas antes da ação, são usadas de diferentes maneiras, em um processo de codesign voltado à mudança social.

Manzini (2017) considera as abordagens de design para inovação social a partir das modalidades de design especializado e design difuso, a partir de dois enfoques: a resolução de problemas e a produção de sentido. Segundo o autor, na modalidade de design especializado, deve haver um equilíbrio, a ser ajustado entre os dois polos, caso a caso.

Seguindo o esquema proposto pelo autor (QUADRO 15), composto por quatro quadrantes, compreende-se de que forma se dá a inovação social no design.

QUADRO 15 – ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO MANZINI



Fonte: Manzini (2017) p. 65

O design especializado, que tem como foco produção de sentido, (QUADRO 15 - quadrante 3) volta-se ao campo da cultura, linguagem e significado, atuando no âmbito do mundo social, buscando qualidade cultural; nesse caso, o designer utiliza seus conhecimentos específicos para conceber e desenvolver artefatos híbridos e dinâmicos, produtos originais, serviços e artefatos comunicativos por meio das agências de comunicação (MANZINI, 2017). “No contexto emergente, é possível reconhecer designers que atuam como criadores de espaço para comunidades locais, cidades e regiões, ativistas de design que têm por objetivo, produzir

mudanças em atitudes e comportamentos culturais.” (MANZINI 2017, p. 56).

Já na atuação do design difuso, voltado à resolução de problemas em todos os níveis desde a vida cotidiana até em escala global, voltada ao mundo físico (QUADRO 15, quadrante 4), o design especialista com formação altamente técnica, objetiva a solução de problemas complexos e a conciliação de questões técnicas e sociais, onde seu papel é estimular e apoiar processos de design por meio de coalizações necessárias entre diferentes atores (agências de tecnologia), onde o papel do designer é “estimular e apoiar processos de design, por meio do desenvolvimento de coalizões necessárias entre diferentes parceiros, analisar recursos disponíveis, e possibilitar a participação ativa das pessoas imediatamente envolvidas.” (MANZINI, 2017 p. 57).

Na modalidade de design difuso, define-se que é o design praticado por não especialistas, a partir de indivíduos que detêm de uma capacidade natural para o design e com energia e capacidade para reunir pessoas chave à sua volta, concebendo e desencadeando inovações sociais, também chamados “heróis sociais.” (MANZINI, 2017).

Para Manzini (2017) a modalidade de design difuso, quando atua na resolução de problemas (QUADRO 15, quadrante 1), se dá quando um grupo de pessoas concebe iniciativas com o objetivo de lidar com problemas locais, originando as organizações de base. Segundo Seyfang e Smith (2007, apud Manzini, 2017, p. 55): “com frequência, embora não necessariamente, as atividades eram inicialmente orientadas por fortes razões ideológicas ou políticas.”

Ainda na modalidade de design difuso, atuando na produção de sentido, (QUADRO 15, quadrante 2), ocorre quando pessoas interessadas em atividades culturais criam espaços para promover áreas de seu interesse, oportunizando trocas, apresentações, debates, e podem ser identificadas como ativistas culturais, pessoas que desempenham um papel pragmático nos sistemas culturais que fazem parte, utilizando as mídias sociais a seu favor, para evidenciar seus interesses e habilidades culturais e artísticas: “Se elas podem fazê-lo, é porque fazem um melhor uso da sua capacidade de design, planejando conteúdos específicos que desejam apresentar, imaginando e aprimorando uma estratégia para torná-los visíveis.” (MANZINI, 2017, p.56).

Manzini (2017, p.61) considera que: “um número cada vez maior de pessoas que operam no design difuso, está interagindo com especialistas em design, criando

um novo tipo de processo de codesign." Como atividade estratégica, o design especializado ainda pode atuar nas coalizões de design, que podem ser observadas no Quadro 15 apresentado anteriormente, representada pela área pontilhada circular situada na intersecção entre os quatro quadrantes, como uma atividade que engloba e agrega o design difuso e especializado, na resolução de problemas e a produção de sentido. Segundo Manzini (2017, p. 83) as coalizões de design são:

Uma atividade própria à disciplina de design estratégico, que busca identificar um grupo adequado de parceiros e desenvolver com eles um conjunto de valores comuns e interesses convergentes [...] essas coalizões definem um programa de ação que pode incluir várias iniciativas coordenadas e constitui uma sucessão coerente de estágios em um processo geral de codesign.

A atuação do designer especialista nas coalizações pode ser trabalhar *em coalizões*, desempenhando um papel de acionador e de facilitador, auxiliando os demais participantes ou *por coalizões* existentes ou em potencial, colaborando com outros especialistas, tornando mais favorável um ambiente como um todo (MANZINI, 2017).

Sistematizando as abordagens de design para inovação social, entende-se que o design especializado pode atuar em três esferas: 1) Dentro das inovações sociais; 2) No intermeio entre as inovações sociais e outras organizações e instituições, e na sociedade; 3) Na sociedade.

1) Dentro das inovações sociais, o designer pode atuar como facilitador das inovações sociais, auxiliando-as a tornarem-se mais eficazes e acessíveis (e potencialmente replicáveis) por meio da concepção e desenvolvimento de artefatos híbridos e dinâmicos, em um sistema de produto, serviço e comunicação. Na atuação do design especializado a nível estratégico, Manzini (2017) afirma ser a principal contribuição do design para inovação social, na atuação de processos de codesign. As atividades de codesign são dinâmicas, criativas, complexas e proativas, voltadas ao design participativo onde o especialista atua como mediador e facilitador em processos de diálogos sociais, colaboração e conflito entre diferentes atores e grupos, contribuindo com sua criatividade e cultura de design, em tempo real ou offline, em atividades que demandam ferramentas específicas ou um conjunto de artefatos a serem concebidos e criados pelos designers (MANZINI, 2017).

2) No intermeio entre as inovações sociais e outras organizações e

instituições, e na sociedade, o design pode estimular e dar apoio a processos de design por meio de coalizões necessárias entre diferentes parceiros, atuando na promoção e coordenação de uma variedade de iniciativas, criando coalizões e desenvolvendo programas e utilizando sua capacidade de design estratégico. Nesse caso, o designer pode atuar como um promotor de cultura, alimentando diálogos sociais com sua cultura específica, a fim de tornar todo o processo de codesign mais significativo.

3) Na sociedade, quando não há inovações sociais, o designer pode ser o ativista social, atuando no design que desencadeia ou inicia organizações colaborativas.

Na modalidade de design difuso, é perceptível a atuação em duas esferas 1) Atuação nas organizações de base ou 2) Atuação na modalidade ativismo social:

1) Atuação nas organizações de base: Quando grupos de pessoas (que podem ser pequenos grupos ideológicos), concebem iniciativas com o objetivo de lidar com problemas locais;

2) Atuação na modalidade ativismo social: Onde pessoas interessadas em atividades culturais, criam espaços para promover as suas áreas de interesse e criar oportunidades para exposições, apresentações, trocas de experiências, bem como debates.

Manzini (2017, p. 76), também contribui com lições oriundas de casos de inovação social tidos como bem-sucedidos, promovidas por não designers: “cada um dos movimentos partiu da identificação de um problema, em sua dimensão local e geral. A partir dali cada um produziu uma visão profunda e uma proposta de ação local capaz de produzir uma mudança radical, produzindo um design de estrutura”. O autor conclui que tais casos confirmam a dimensão crítica, cultural e criativa que é o design para inovação social.

O Quadro 16 apresenta uma síntese das abordagens de design para inovação social segundo Manzini (2017)

QUADRO 16 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO MANZINI

MANZINI (2017)	Design especializado	O design para inovação social é a contribuição do design especializado para um processo de codesign voltado à mudança social.
		1) Atuação estratégica (design na solução de problemas): Solução de problemas complexos conciliando questões técnicas e sociais, estímulo e apoio a processos de design por meio de coalizões necessárias entre diferentes parceiros.
		a) Design como facilitador de inovações sociais existentes auxiliando-as a serem mais eficazes, acessíveis e potencialmente replicáveis.
		b) Design como ativismo, desencadeando ou iniciando organizações colaborativas quando não há inovações sociais.
		c) Design como estratégia, atuando na promoção e coordenação de uma variedade de iniciativas, criando coalizões e desenvolvendo programas, utilizando sua capacidade de design estratégico.
		d) Design como promotor de cultura, alimentando diálogos sociais com sua cultura específica, a fim de tornar todo o processo de codesign mais significativo.
	Design difuso	2) Atuação operacional (design na produção de sentido): Concepção e desenvolvimento de artefatos híbridos e dinâmicos, em um sistema de produto, serviço e comunicação.
		Design difuso é o design praticado por 'não especialistas' que detém de uma capacidade natural para o design. Geralmente os "heróis sociais", são os indivíduos dotados de tais habilidades, que iniciam as inovações sociais.
		1) Atuação nas organizações de base: Quando grupos de pessoas (que podem ser pequenos grupos ideológicos), concebem iniciativas com o objetivo de lidar com problemas locais.
		2) Atuação na modalidade ativismo social: Onde pessoas interessadas em atividades culturais, criam espaços para promover as suas áreas de interesse e criar oportunidades para exposições, apresentações, trocas de experiências, bem como debates.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Manzini (2017)

2.3.4 Abordagens de design segundo Meroni

Para Meroni (2007), o papel do designer é estar atento a mudanças e aprender com novas soluções. A autora entende as abordagens a partir das modalidades de design especializado e de design difuso.

Design especializado é o uso de habilidades específicas de design para dar

visibilidades, aumentar a eficiência e a acessibilidade dos casos promissores (MERONI 2017). A autora enumera ações que podem ser realizadas pelo designer especialista em contribuição às inovações sociais:

- Elaborar mapa do estado atual e construindo cenários futuros potenciais;
- Dar visibilidades aos casos promissores;
- Interpretar questões que surgem dos casos promissores;
- Conceber e desenvolver sistemas, produtos, serviços e informações;
- Contribuir com visões do que é possível;
- Definir estratégias de movimento para auxiliar a materializar visões do que é possível, concretizando as visões;
- Facilitar processos de aprendizagem, dando apoio às habilidades difusas de design.

Além disso, Meroni (2007) afirma que o designer participa como ator social nas inovações sociais, promovendo atividades de colaboração entre diversos atores sociais (comunidades locais, empresas, instituições e centros de pesquisa e participando na construção de futuros e cenários compartilhados).

Na modalidade do design difuso, Meroni (2007) entende como atividades de planejamento praticadas pelos denominados “heróis sociais” que são indivíduos dotados de criatividade, que não possuem formação em design e que se tornam os protagonistas das comunidades criativas, promovendo e inventando novos modelos de vida sustentáveis, onde são reconhecidos e têm seus valores exaltados por outros membros da comunidade.

O Quadro 17 apresenta um resumo dos conceitos das modalidades de design especializado e difuso, bem como suas abordagens.

QUADRO 17 – SÍNTESE DAS ABORDAGENS DE DESIGN SEGUNDO MERONI

MERONI (2007)	Conceitos	Design especializado é o uso de habilidades específicas de design para dar visibilidades, aumentar a eficiência e a acessibilidade dos casos promissores, o designer é um ator social nas inovações sociais.
	Design especializado	1) Elaborar mapa do estado atual e construindo cenários futuros potenciais.
		2) Dar visibilidades aos casos promissores.
		3) Interpretar questões que surgem dos casos promissores.
		4) Conceber e desenvolver sistemas, produtos, serviços e informações.
		5) Contribuir com visões do que é possível, tornando-se provedores de soluções (arena do design difuso).
		6) Definir estratégias de movimento para auxiliar a materializar visões do que é possível, concretizando as visões.
		7) Facilitar processos de aprendizagem, dando apoio às habilidades difusas de design.
	Design difuso	Atividades de planejamento praticadas pelos 'heróis sociais' dotados de criatividade.
		O design difuso toma corpo nas comunidades criativas, que reconhecem e compartilham o valor do que está sendo feito, em um sentido de união.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Meroni (2007)

2.3.5 Modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design

Nesta seção são apresentados alguns frameworks ou similares (modelos, indicadores para análise ou avaliação das inovações sociais e suas dimensões, bem como o design relacionado a elas).

Com o intuito de distinguir o conceito de framework de outras estruturas que, assim como o framework, são aptos a representar assuntos complexos, tais como: sistemas, mapas, modelos, processos, procedimentos, técnicas e ferramentas, Shehabudeen (1999) apud Delgado, (2013 p. 132), traz definições conforme Quadro 18:

QUADRO 18 - ESTRUTURAS QUE REPRESENTAM ASSUNTOS COMPLEXOS

Sistema: conjunto de elementos interrelacionados com propriedades emergentes representados dentro de um contexto, pertencentes a um paradigma

Mapa: demonstra a compreensão do relacionamento estático entre os elementos de um sistema

Modelo: viabiliza o entendimento e a interrelação dinâmica entre os elementos de um sistema

Processo: abordagem para atender um objetivo por meio da transformação de entradas em saídas

Procedimento: conjunto de passos para operacionalizar um processo

Técnica: modo sistematizado de estruturar uma parte de um procedimento

Ferramenta: instrumento para a aplicação prática de uma técnica

Framework: compreende o entendimento, a comunicação e o relacionamento da estrutura dentro de um sistema com um determinado propósito

Fonte: A autora (2018) com base em Shehabudeen (1999) apud Delgado (2013) p. 13, tradução nossa

Jabareen (2009) no estudo “*Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions and Procedure*”, propõe sistematicamente como construir um framework conceitual. O autor destaca que, nas Ciências Exatas, framework denota um sentido de prática materializada por meio de artefatos, aplicável em casos concretos. Já nas Ciências Sociais, framework é utilizado de forma mais abstrata, na representação e compreensão de um conjunto de conceitos sobre um tema específico.

A definição de framework é: “Uma rede ou plano de conceitos interligados que juntos fornecem uma compreensão abrangente de fenômenos.” (JABAREEN, 2009, p. 51, tradução nossa). Jabareen considera que framework é um constructo, onde cada conceito incorpora um papel integral, interligando-se aos outros conceitos, que por sua vez se articulam em relação aos fenômenos.

Dorst e Tietz (2011), sob a ótica do design thinking, definem o termo *framing* – ou enquadramento (tradução nossa), como uma capacidade do designer que possibilita a criação uma nova abordagem a partir de uma situação problemática, adotando, conceitos para descrever a situação.

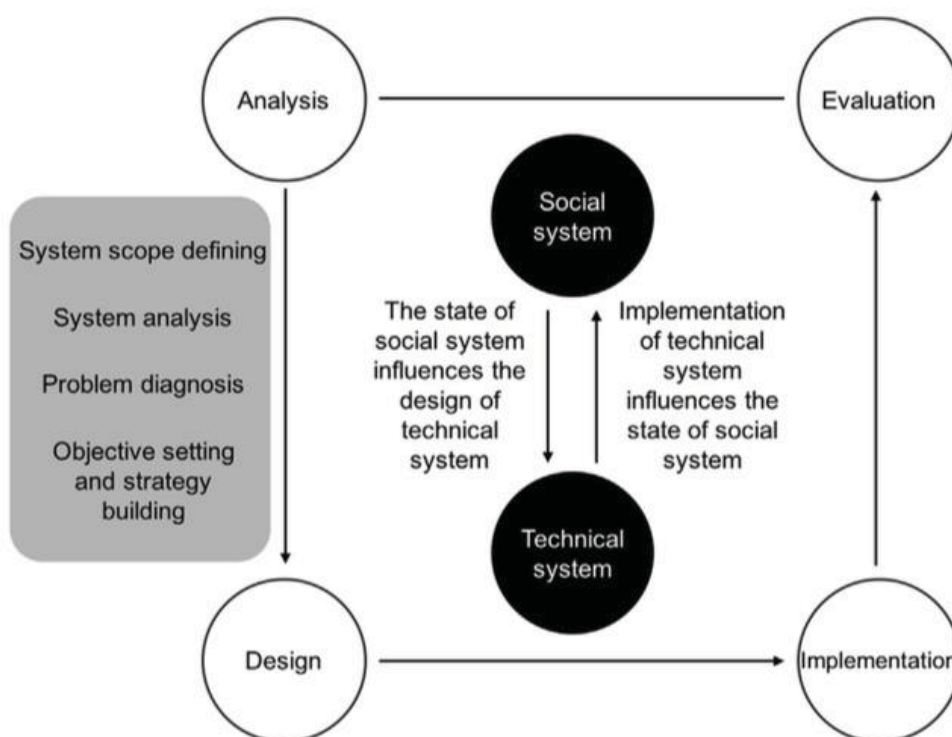
Conforme Deleuze e Guattari (1991), p. 21 apud Jabareen (2009), os conceitos adotados para construir um framework tem as seguintes características:

- São irregulares e definidos por seus componentes;
- Tem uma história;

- Contém partes oriundas de outros conceitos;
- Relacionam-se a outros conceitos;
- São criados a partir de algo;
- São considerados pontos de coincidência, condensação ou junção de seus componentes;
- Devem ser relativos aos seus componentes, aos outros conceitos nos quais é definido e ao problema que supõe resolver.

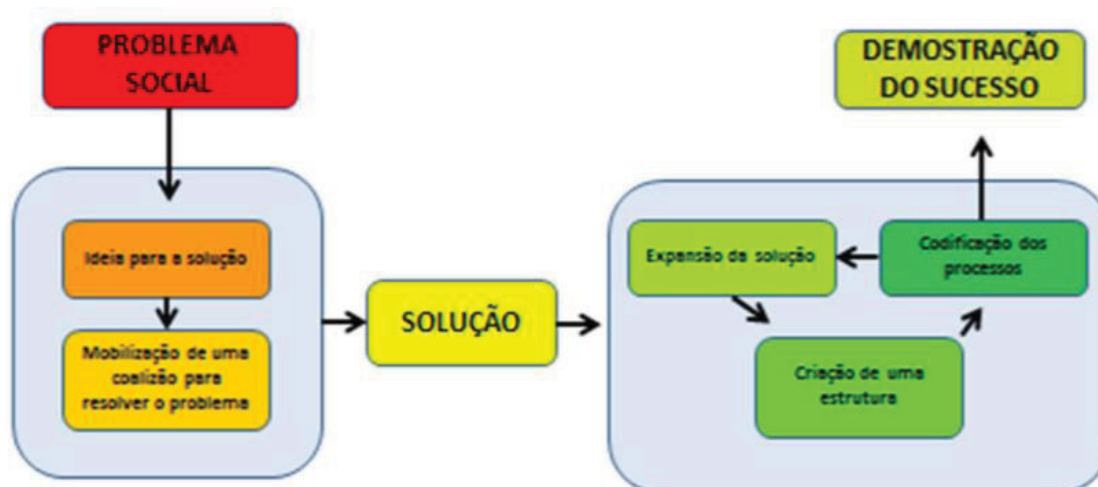
Baek, Meroni e Manzini (2015), em seu estudo, destacam questões relacionadas à resiliência do sistema social em uma comunidade e a dinâmica dos seus atores. Os autores propõem um framework que visa compreender a resiliência do sistema nas comunidades e definir metas de design e onde podem ocorrer tais intervenções, na intenção de aprimorar o sistema (FIGURA 3).

FIGURA 3 - FRAMEWORK PROPOSTO POR BAEK, MERONI E MANZINI



Fonte: Baek, Meroni e Manzini (2015) p. 78

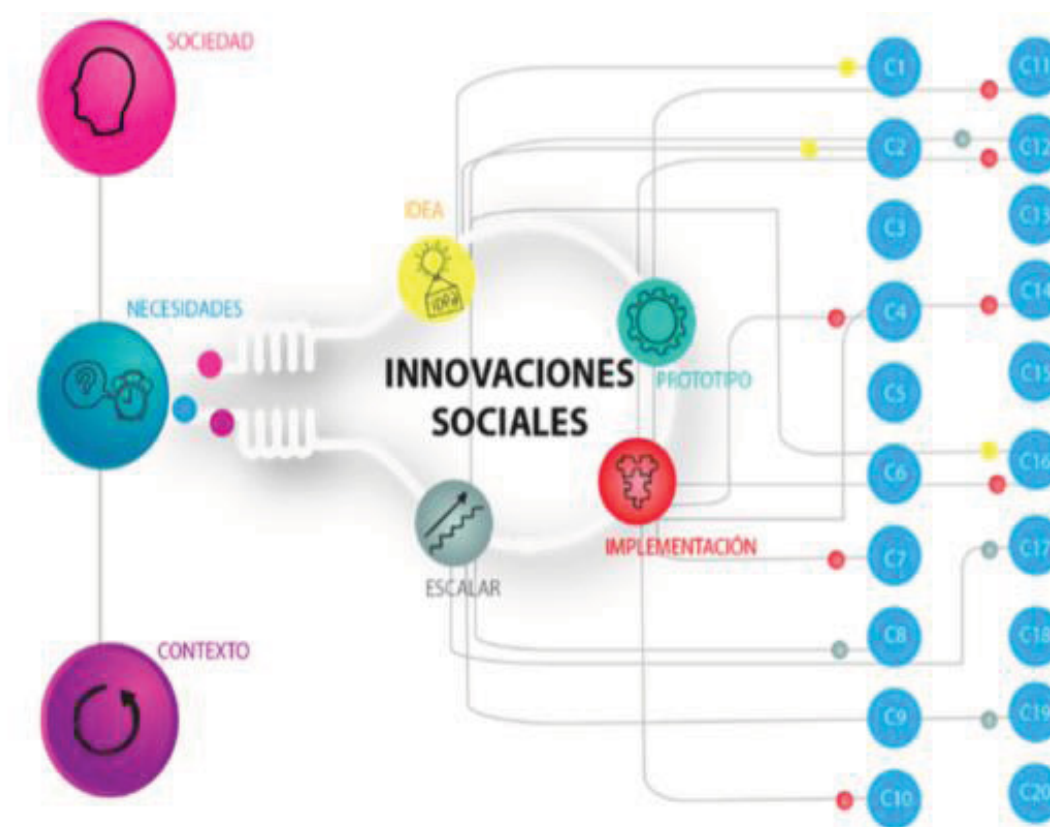
FIGURA 5 - FRAMEWORK PROPOSTO POR D'AMARIO



Fonte: D'Amario (2018), p. 60

Com o foco nos processos de uma inovação social, Delgado (2016) elabora um framework onde representa quatro elementos que caracterizam os processos de uma inovação social delimitados em: ideia, protótipo, implementação e escala, abordando aspectos da sociedade, necessidades e contexto (FIGURA 6).

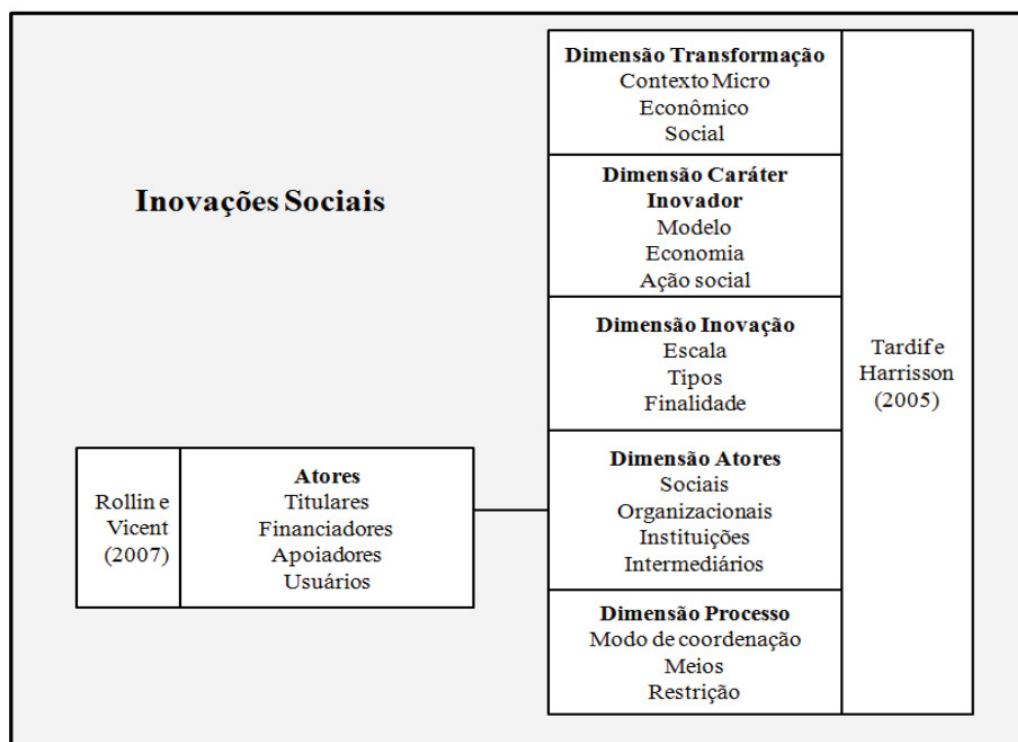
FIGURA 6 - FRAMEWORK PROPOSTO POR DELGADO



Fonte: Delgado (2016), p. 185

A partir da ótica das inovações sociais como empreendimentos econômicos solidários, Maurer (2011), desenvolve um framework com o objetivo de analisar as dimensões da inovação social direcionadas à formação de empreendimentos econômicos solidários do setor de artesanato gaúcho (QUADRO 19).

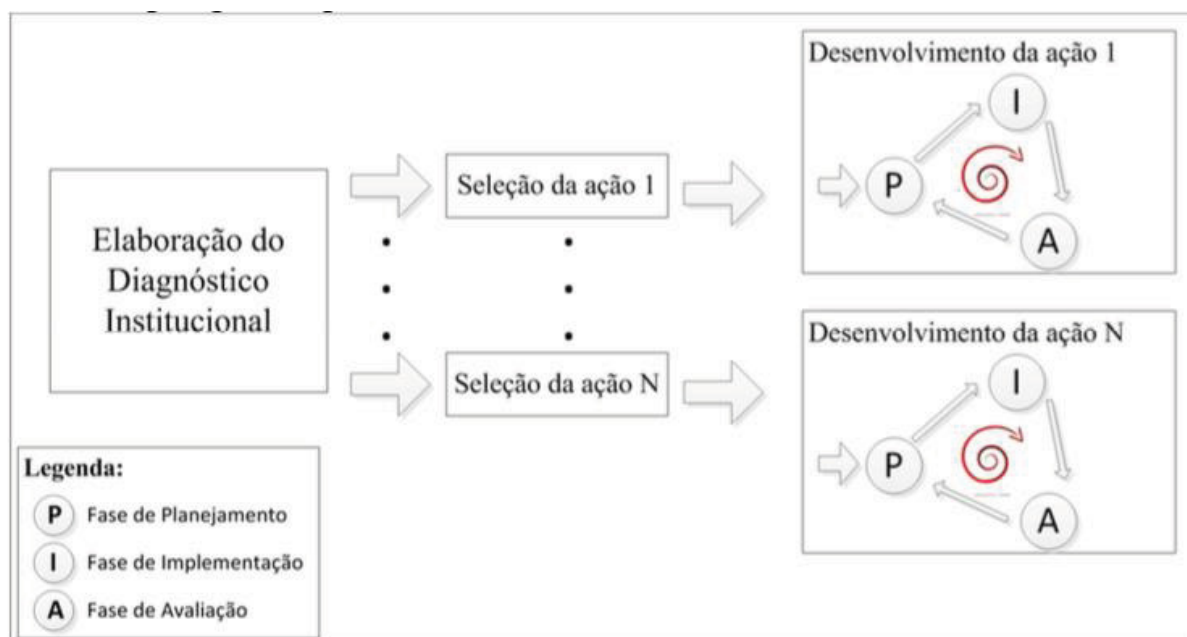
QUADRO 19 - FRAMEWORK PROPOSTO POR MAURER



Fonte: Maurer (2011) p. 54

Com base em inovações sociais originadas a partir de empreendimentos sociais, Menezes (2016) constrói um modelo de avaliação de programas de inovação social por meio da pesquisa-ação. Segundo o autor, o modelo proposto é uma ferramenta de apoio à gestão e à tomada de decisão pela própria organização (FIGURA 7).

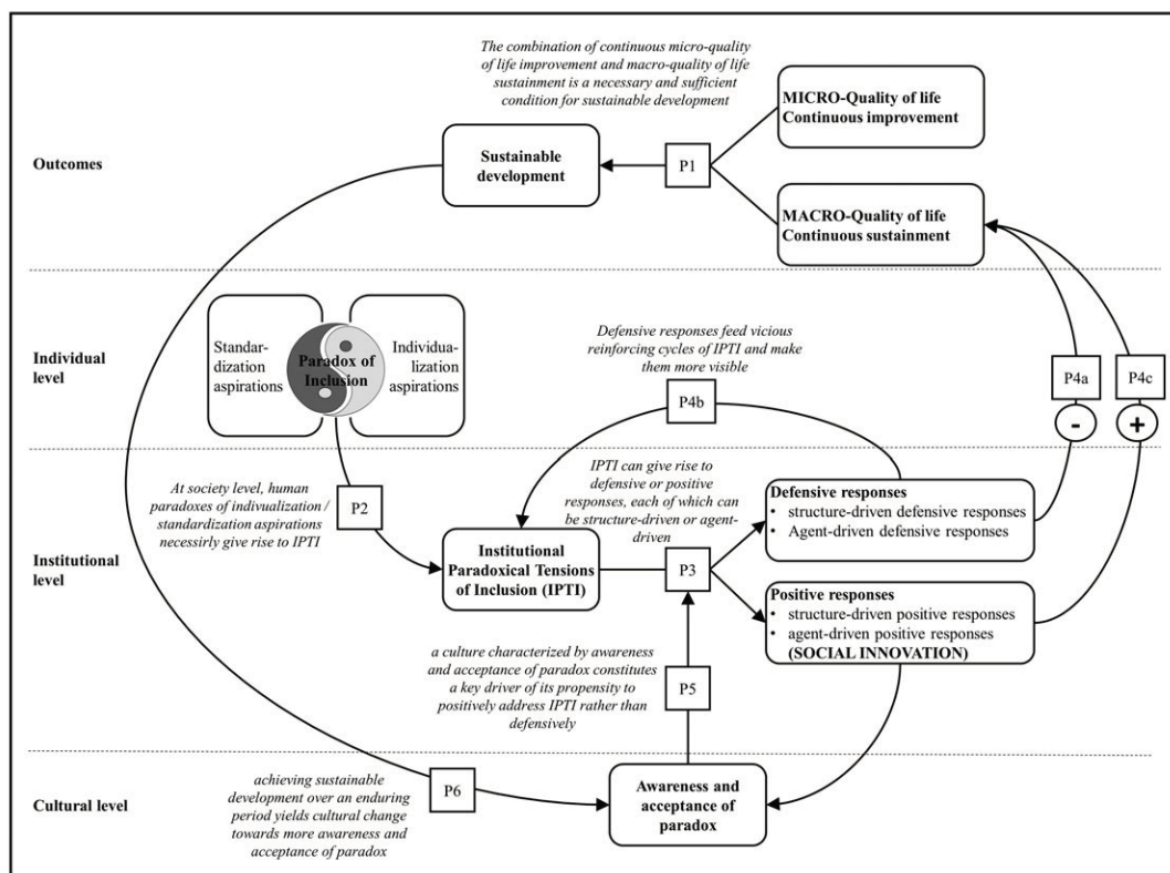
FIGURA 7 - MODELO DE AVALIAÇÃO PROPOSTO POR MENEZES



Fonte: Menezes, (2016) p. 84

Periac, David e Roberson (2018), propõem um framework considerando que a combinação dos constructos micro qualidade e macro qualidade de vida são a condição necessária e suficiente para melhoria de vida contínua e por consequência, o desenvolvimento sustentável. Em seu modelo, explicam as dinâmicas dos processos como tensões sociais, paradoxos de aspirações de padronização e individualização dentro de cada ser humano e de forma institucional (FIGURA 8).

FIGURA 8 - FRAMEWORK PROPOSTO POR PERIAC, DAVID E ROBERSON



Fonte: Periac, David e Roberson (2018), p. 31

Svensson et al., (2018), utilizam como eixo de seu estudo, a abordagem do *research on evaluation* (RoE), com o viés de *evaluation design* ou “design de avaliação” (que os autores definem como identificação de perguntas a serem respondidas por uma avaliação, tradução nossa). A partir disso, desenvolvem uma estrutura heurística para identificar características das inovações sociais, ajudando avaliadores a comparar e reconhecer as diferenças entre inovações sociais e intervenções sociais convencionais, relevantes para o projeto de avaliação (QUADRO 20).

QUADRO 20 - FRAMEWORK PROPOSTO POR SVENSSON ET AL.

Social Innovations		Conventional Social Programs
Focal point	Process emphasis	Output emphasis
		<ul style="list-style-type: none"> • Usually a service • Sometimes a product
Means	<ul style="list-style-type: none"> • “Design thinking,” experimentation, iteration, co-creation, interactive learning, leveraging diversity • Collaboration across: social groups, sectors, levels of a system • Emphasis on perspectives • Greater use of nontraditional funding sources (e.g., private enterprise, foundations) 	<ul style="list-style-type: none"> • Use or adaptation of existing models, evidence, or theory related to service type; controlled implementation or adaptation; incremental improvement. • Collaboration within sector; emphasis on expertise
Outcomes	<ul style="list-style-type: none"> • Influential ideas or products (including tech), changed norms, configurations, services, or ways of organizing • Emergent: specifics defined with or by participants • Social change • Lateral scaling (spread) and vertical scaling (anchoring change in other levels of the system) 	<ul style="list-style-type: none"> • Greater use of traditional funding sources (e.g., government) • Effective services or products • Clarity in advance • Social betterment • More often lateral scaling (e.g., broader reach of the intervention, replication at new sites)
Vision	<ul style="list-style-type: none"> • Disruption, transformation Or <ul style="list-style-type: none"> • Adaptation, resilience in the face of changing conditions 	<ul style="list-style-type: none"> • Ongoing incremental improvement, excellence, spread of effective, or “best practice” models
Assumptions	Some degree of complexity <ol style="list-style-type: none"> 1. In the social innovation process (multisectoral, multilevel) 2. Of the targeted problem, and/or 3. In the environment (e.g., dynamic context) 	<ul style="list-style-type: none"> • Emphasis on complicated aspects of process, problem, or context

Fonte: Svensson et al. (2018), p. 9

2.4. CONSIDERAÇÕES SOBRE A FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresentou a fundamentação teórica da pesquisa, abordando as seções *Contexto de Emergência*, *Inovação Social* e *Design para Inovação Social*.

Quanto à primeira seção, *Contexto de Emergência*, considera-se o cenário atual onde estão presentes questões como degradação ambiental, escassez de recursos, desemprego, crises de imigração, problemas raciais e difusa ansiedade e incertezas em relação ao futuro. Aliado a todos esses fatores, existe o crescente uso da tecnologia que permite a interconexão das sociedades em redes, estabelecendo um contexto global cada vez mais conectado e multicultural, possibilitando uma infinidade de interações, expansão e troca de informações.

Neste cenário, os modos de vida atuais, baseados no imediatismo e valorização do individualismo, que vinculam o bem-estar ao consumo e à aquisição de bens reparadores, são tidos como os principais causadores das crises ambientais, sociais e econômicas. Com isso, tais modos de vida mostraram-se insustentáveis, levando a sociedade a redefinir seus modos de vida e consumo, bem-estar e trabalho.

O termo desenvolvimento sustentável surge nesta conjuntura, propondo uma mudança radical de paradigmas baseada na descontinuidade sistêmica e redução de consumo material, visando a garantia dos suprimentos das gerações atuais sem comprometer gerações futuras, um ambiente justo, a qualidade do ambiente social e físico. Nesse sentido, são apresentados os três pilares da sustentabilidade: o ambiental (que se preocupa com a preservação do meio-ambiente); o social (que se importa em atender a questões como coesão, equidade e respeito às diferenças); e o econômico (que tem como princípio o modelo de desenvolvimento que respeita os limites de resiliência do meio ambiente, baseado na viabilidade econômica e na equidade social).

Outra questão importante referente à sustentabilidade são as noções de qualidade de vida e bem-estar, que norteiam os processos de consumo da sociedade. Quanto ao conceito de qualidade de vida, alguns autores ramificam o conceito de qualidade de vida em macro (que se relaciona a aspectos mais amplos como acesso à educação, saúde, estabilidade política e liberdade) e micro (atrelado a características pessoais, relacionadas às oportunidades que satisfazem as aspirações humanas de individualização). Nesse sentido, a qualidade de vida percebida, tem estreita relação com a percepção de bem-estar, que por sua vez, conecta-se à noção subjetiva de felicidade, satisfação das necessidades biológicas, psicológicas e sociais.

Diante disso, como uma resposta ao cenário atual de crise e amplamente conectado, as inovações sociais surgem como uma forma de aprendizado social, onde seus membros participam de forma voluntária e colaborativa, desenvolvendo soluções e praticando modos de vida mais sustentáveis.

Na seção seguinte, *Inovação Social*, são apresentados os conceitos que diferem a inovação social dos outros tipos de inovação. Entende-se que o foco principal das inovações sociais não está no aprimoramento ou criação de novos produtos ou artefatos, e sim, nas novas práticas sociais de cooperação e

colaboração. Quanto ao termo inovação social, a literatura não apresenta um conceito unânime, sendo estudada de forma multidisciplinar em diversas áreas do conhecimento. Por mais que diversos autores apresentem diferentes definições, existe um aspecto convergente que se destaca entre eles: a satisfação das necessidades sociais.

Para desenvolver o tema das inovações sociais, sentiu-se a necessidade de trazer as diferenças principais entre inovação social, empresa social e empreendedorismo social. Diferentemente das duas últimas, a inovação social busca criar valor social, onde as partes envolvidas são ativas, responsabilizando-se pelos resultados que almejam, podendo ou não envolver interesse comercial, aptas a modificar a sociedade em um nível sistêmico quando bem evoluídas.

Considerando as diversas possibilidades de definição de inovação social, entende-se que dois itens corroboram com seu entendimento: os âmbitos em que se desenvolvem e os protagonistas que participam. Nesse sentido, esta pesquisa entende que as inovações sociais surgem de-baixo-para-cima, a partir das comunidades criativas, com a participação espontânea de grupos compostos por indivíduos criativos e conectados que participam da construção de um futuro mais sustentável sem esperar mudanças do sistema, tendo como objetivos principais a sustentabilidade, gerar qualidade de vida e bem-estar e criar novas relações sociais.

Finalizando a seção *Inovação Social*, apresentam-se as dimensões de análise das inovações sociais, fundamentais para a compreensão mais detalhada de seus atributos mais importantes. Para isso, são trazidos os autores André e Abreu (2006), Cloutier (2003), Manzini (2017), Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) e Tardif e Harrisson (2005), onde sua discussão será abordada mais oportunamente em resultados.

Na terceira seção, *Design para Inovação Social*, apresentam-se as perspectivas e escopos do design como uma atividade multidisciplinar criativa, com o foco na transformação e melhoramento da qualidade de vida da sociedade. Dessa forma, os profissionais de design, ao contrário do antigo foco na criação de novos produtos, agora tendem a ocupar-se das questões ambientais e sociais, evoluindo para uma perspectiva mais sistêmica, baseada na promoção de bem-estar atrelado à valorização da qualidade dos produtos, e não na quantidade, orientando a sociedade à redução do consumo.

A partir dessa visão, os designers representam os agentes da

sustentabilidade, aptos a colocar em prática soluções voltadas à sustentabilidade em seus diversos pilares. Outro aspecto importante que emerge diante desta evolução de paradigmas, é a função do designer como articulador, facilitando novas participações sociais, ativando interações na sociedade e encorajando novos estilos de vida em busca de modelos sustentáveis, participando ativamente do processo de disseminação da aprendizagem social, necessário à transição para um futuro mais sustentável.

Com isso, o design para inovação social surge como uma alternativa, auxiliando neste processo de transição. As inovações sociais concebem e implementam soluções de produção e consumo voltadas à sustentabilidade, melhorando os aspectos de qualidade de vida e bem-estar. O design para inovação social é a atuação do design especializado com o objetivo de ativar, sustentar, promover e orientar processos de inovação social, reconhecido também como design para a sustentabilidade.

Outro ponto importante foi buscar o entendimento na literatura sobre as abordagens de design para a inovação social, no viés prático a respeito da atuação dos designers. A partir disso foram consideradas as abordagens de design apontadas por Chaves (2017), Cipolla e Moura (2012), Manzini (2017) e Meroni (2007), considerações que serão apresentadas de forma aprofundada no Capítulo 4.

Considerando que esta pesquisa propõe a criação de um framework, o termo foi pesquisado na literatura, definindo-se como um constructo que auxilia no entendimento, comunicação e relacionamento da estrutura dentro de um sistema com um determinado propósito, onde cada conceito interliga-se a outros conceitos que, por sua vez, relacionam-se a fenômenos. Por fim, são trazidos da literatura, exemplos de estruturas, modelos, avaliações e frameworks que abordam as temáticas inovação social e design. A partir da análise dos modelos propostos, entende-se que nenhum deles apresenta um modelo que integra as dimensões de análise de uma inovação social e as abordagens de design, os objetivos desta pesquisa.

O próximo capítulo aborda de forma detalhada o método utilizado neste trabalho.

3. MÉTODO

Neste capítulo são apresentados os procedimentos adotados para a realização desta dissertação, com o objetivo de apresentar e justificar as diversas atividades e fases da investigação. Para isso, descreve-se a classificação da pesquisa, os procedimentos metodológicos utilizados e método e a apresentação do planejamento das fases e etapas da pesquisa.

3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Com base nas taxonomias apresentadas por autores (GIL, 2008; YIN, 2001; PRODANOV, FREITAS, 2013; DRESCH et al., 2015), este trabalho foi classificado quanto à sua natureza, objetivos, abordagem e procedimentos técnicos adotados para executar esta pesquisa.

De acordo com Gil (2008), uma pesquisa pode ser definida pelo processo sistemático de desenvolvimento científico e tem como objetivo responder a perguntas aplicando métodos científicos. Para Prodanov e Freitas (2013), o método científico é o conjunto de processos necessários a serem utilizados na investigação.

O quadro 21 apresenta um resumo da classificação desta pesquisa, onde as escolhas aparecem em destaque.

QUADRO 21 - CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

NATUREZA	OBJETIVOS	ABORDAGEM	PROCEDIMENTOS TÉCNICOS	
Básica	Exploratória	Qualitativa	Pesquisa Bibliográfica	Estudo de Caso
Aplicada	Descritiva	Quantitativa	Pesquisa Documental	Pesquisa Ex-Post-Facto
	Explicativa		Pesquisa Experimental	Pesquisa-Ação
			Pesquisa Operacional	Pesquisa Participante

Fonte: Elaborado pela autora (2018) com base em Prodanov e Freitas (2013)

Tendo em vista que este trabalho propõe um framework e um roteiro de pesquisa para estudo de casos de inovação social, quanto à sua **natureza**, esta

pesquisa é aplicada. As pesquisas aplicadas têm como objetivo produzir conhecimento para aplicação prática, dirigidas a soluções de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Considerando os **objetivos**, a pesquisa pode ser classificada como exploratória e descritiva. Exploratória, pois segundo Prodanov e Freitas (2013), tem a finalidade de proporcionar mais informações sobre o assunto que está sendo investigado, possibilitando sua definição e seu delineamento, e possíveis descobertas sobre um novo tipo de enfoque para o assunto. E pode ser declarada como uma pesquisa descritiva devido ao fato de que seu objetivo principal é a descrição de características de fenômenos ou estabelecimento de uma relação entre variáveis (GIL, 2008).

Quanto à **abordagem**, a pesquisa pode ser considerada qualitativa, porque não utiliza dados estatísticos como centro do processo de análise do problema, não sendo a prioridade numerar ou medir unidade. Pelo contrário, a investigação considera a subjetividade dos indivíduos, sendo o ambiente a fonte direta dos dados (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Como **procedimentos técnicos**, com base em Prodanov e Freitas (2013), utiliza-se neste estudo a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental, a construção de um framework e o estudo de caso para validar o framework.

3.2. FASES DA PESQUISA

A pesquisa está dividida em duas macrofases: Pesquisa Bibliográfica e Construção e Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa, conforme o Quadro 22.

QUADRO 22 - FASES DA PESQUISA

MACRO FASE	FASE	ETAPA	PRODUTO	ESTRATÉGIAS/ FERRAMENTAS
PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	Pesquisa Bibliográfica Sistemática	1. RBS	Identificação estudos afins e ênfases e lacunas em modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design na literatura.	RBS
	Pesquisa Bibliográfica Assistemática	2. RBA	Seleção estudos para a construção do framework e embasamento quanto às dimensões de análise e abordagens de design	RBS
CONSTRUÇÃO E VALIDAÇÃO DO FRAMEWORK E ROTEIRO DE PESQUISA	Construção do Framework	3. Leitura e categorização dos dados	Delineamento do framework	Sistematização do conteúdo em quadros
		4. Identificação dos conceitos	Delineamento do framework	Sistematização do conteúdo em quadros
		5. Desconstrução e categorização dos conceitos	Delineamento do framework	Sistematização do conteúdo em quadros
		6. Integração dos conceitos	Delineamento do framework	Sistematização do conteúdo em quadros
		7. Síntese e construção de sentido	Framework	Sistematização do conteúdo em quadros
	Construção do Roteiro de Pesquisa	8. Indicação dos documentos a serem levantados	Roteiro de documentos a serem levantados	A partir do framework
		9. Indicações de itens de observação direta	Roteiro de observação direta	A partir do framework
		10. Elaboração das perguntas da entrevista estruturada	Roteiro das perguntas	A partir do framework
		11. Síntese do roteiro de pesquisa	Roteiro de pesquisa para estudo de caso	A partir do framework
	Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa (Estudo de Caso)	13. Definição do estudo de caso piloto	Nome da inovação social	A partir da disciplina ministrada pela professora Liliane Iten Chaves
		14. Estudo de caso piloto	Estudo de caso piloto	Esboço do roteiro de pesquisa
		15. Definição do estudo de caso definitivo	Nome da inovação social	A partir da disciplina ministrada pela professora Liliane Iten Chaves
		16. Estudo de caso definitivo	Estudo de caso definitivo	Aplicação do framework a partir do roteiro de pesquisa

Fonte: A autora (2018)

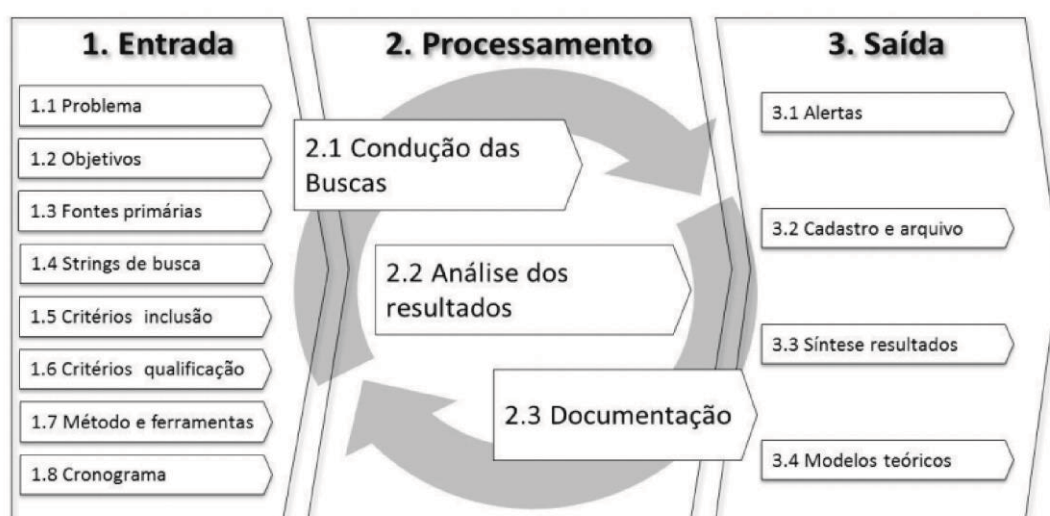
3.2.1 Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica, segundo Prodanov e Freitas (2013), p. 54: “Tem o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo o material já escrito sobre o assunto da pesquisa.” Tal pesquisa é elaborada a partir de livros, revistas, artigos e publicações existentes, e fornece conteúdo para o desenvolvimento desta pesquisa. A pesquisa bibliográfica, segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 54): “Tem o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo o material já escrito sobre o assunto da pesquisa.” Tal pesquisa é elaborada a partir de livros, revistas, artigos e publicações existentes, e fornece conteúdo para o desenvolvimento desta pesquisa.

Revisão Bibliográfica Sistemática

Para a elaboração da etapa que visa o mapeamento e coleta de dados da literatura relevante, utiliza-se a Revisão Bibliográfica Sistemática proposta por Conforto, Amaral e Silva (2011), também conhecida como RBS, que propõe que a busca na literatura, em periódicos e plataformas de busca seja rigorosa e estruturada. A revisão apresenta três fases: a Entrada, o Processamento e a Saída (QUADRO 23).

QUADRO 23 - ETAPAS DE UMA RBS



Fonte: Conforto, Amaral e Silva (2011), p. 7

Na primeira etapa da RBS, a Entrada, deve ocorrer a definição das *strings* de busca que de acordo com Conforto, Amaral e Silva (2011), são sequências de

termos organizados utilizando operadores lógicos e combinando palavras referentes ao escopo de busca. As *strings* são essenciais na filtragem nas plataformas de busca. Na segunda etapa, o processamento, ocorre a condução das buscas, análise dos resultados e a documentação desse processo. Na terceira etapa, verifica-se a síntese dos resultados. A RBS é realizada nesta pesquisa com o objetivo identificar estudos afins e possíveis ênfases e lacunas em modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design, na literatura.

Revisão Bibliográfica Assistemática

Complementando a RBS, faz-se o uso da RBA (Revisão Bibliográfica Assistemática), a partir de fontes de informação de forma assistemática, ou seja, sem que seja necessária uma operação metódica e organizada para a busca de fontes. Dessa forma, livros, artigos e outros materiais que possuem relevância reconhecida para o escopo do estudo são escolhidos. Para esta pesquisa, utiliza-se a RBA com o intuito de selecionar autores para a construção do framework. Os autores levantados na RBA fazem parte da fundamentação teórica deste trabalho.

3.2.2 Construção e Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa

A elaboração do framework e roteiro de pesquisa para estudo de caso está estruturada em três etapas nominadas: 1) Construção do Framework; 2) Construção do Roteiro de Pesquisa 3) Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa (Estudo de Caso).

Construção do Framework

Considerando o objetivo geral da pesquisa que é “Propor um framework que contemple dimensões de análise e abordagens de design para inovação social”, este estudo utiliza-se do próprio processo de concepção do framework e do roteiro de pesquisa, como balizadores das etapas de pesquisa. De forma prática, Jabareen (2009) indica que a construção de um framework se baseia em um processo de teorização da literatura multidisciplinar existente. Já para a técnica de análise (dados, processos e procedimentos), o autor propõe uma análise conceitual do

framework que visa gerar, identificar e traçar os maiores conceitos do fenômeno, assim como desenvolver conceitos com seus próprios atributos, características, limitações e perspectivas distintas.

Como produto final, o framework pode apresentar diferentes estilos e representações: “Normalmente são projetados na forma de gráficos e diagramas, e são acompanhados por textos exploratórios. Além disso, esses instrumentos podem ter vários níveis organizados para facilitar sua visualização e compreensão.” (SHEHABUDEEN et al., 1999 apud DELGADO, 2016, tradução nossa).

Quanto à análise dos dados do framework, a literatura selecionada deve ser variada e relevante, representando efetivamente o fenômeno quanto às suas características sociais, culturais, políticas e ambientais, que serão a base empírica para o desenvolvimento da análise do framework. O processo de análise do framework sugere interação contínua entre coleta e análise de dados (JABAREEN, 2009). Para a construção de um framework, Jabareen (2009) define oito etapas:

- 1) Mapear a literatura;
- 2) Ler e categorizar os dados;
- 3) Identificar conceitos;
- 4) Desconstruir e categorizar os conceitos;
- 5) Integrar conceitos
- 6) Sintetizar, e construir sentido;
- 7) Validar o framework;
- 8) Repensar e revisar o framework.

A partir das etapas indicadas por Jabareen (2009), define-se:

- O **mapeamento da literatura** é feito em uma das fases macro, a Pesquisa Bibliográfica por meio da RBA;
- A **leitura e categorização dos dados** obtidos a partir da pesquisa bibliográfica, depois de lidos e classificados, com auxílio de um quadro, resultam no delineamento inicial do framework;

- A **identificação dos conceitos** é feita após a leitura e categorização dos dados, organizadas em quadros, contribuindo para o segundo delineamento do framework;
- A **desconstrução e categorização dos conceitos** é trabalhada em quadros, contribuindo para o delineamento do framework;
- A **integração dos conceitos** consiste no último delineamento do framework antes de sua concepção final, também realizado com auxílio de um quadro;
- A **síntese e construção de sentido**, é a última etapa, onde o framework é proposto. Para representá-lo graficamente, utiliza-se um editor de imagens;
- A **validação do framework** é feita com a aplicação do roteiro de pesquisa em estudo de caso;
- A **revisão do framework** mostra-se como uma atividade contínua, a ser realizada periodicamente, conforme a necessidade percebida do pesquisador.

Construção do Roteiro de Pesquisa

O estudo de caso, segundo (Yin, 2001), é caracterizado por ser empírico, indutivo, e observacional e tem o objetivo de investigar um fenômeno em seu contexto real. O estudo de caso é considerado a estratégia ideal quando se quer responder questões “como e porque” sobre um assunto específico, sendo que o método em questão contribui para a compreensão de fenômenos sociais complexos. De acordo com Dresch et al., (2015), o estudo de caso permite descrições e relatos de fenômenos baseados em fontes de dados distintos e combinados.

De acordo com Yin (2001), as evidências para um estudo de caso podem ser coletadas por meio de seis fontes: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos. Nesta pesquisa, opta-se por utilizar documentos, entrevista e observação direta como fonte de coleta de evidências.

Diferentemente da pesquisa bibliográfica, a **pesquisa documental** utiliza como base, materiais que não receberam tratamento analítico ou que podem ser trabalhados de acordo com os objetivos da pesquisa (GIL, 2008). Prodanov e Freitas (2013) compreendem que os materiais a serem usados para a investigação e como

fonte de informação, necessitam de leitura e crítica por parte do pesquisador.

Yin (2001), estabelece que os documentos devem ser o objeto de planos explícitos de coleta de dados. O autor considera como fonte os seguintes materiais, que podem ser observados no Quadro 24:

QUADRO 24 - EXEMPLOS DE DOCUMENTOS

- Cartas, memorandos e outros tipos de correspondências
- Agendas, avisos e minutas de reuniões e outros relatórios escritos de eventos em geral
- Documentos administrativos propostas, relatórios de aperfeiçoamento e outros documentos internos
- Estudos ou avaliações formais do mesmo "local" sob estudo
- Recortes de jornais e outros artigos publicados na mídia.

Fonte: A autora (2018), com base em Yin (2001), p. 107

As **entrevistas** atuam como importantes fontes de informação, consideradas essenciais para obter evidências em estudos de caso (YIN, 2001). Prodanov e Freitas (2013) consideram a entrevista uma técnica ideal devido a sua facilidade de aplicação, sendo realizada pessoalmente, a partir da descrição verbal dos informantes.

Gil (2008) afirma que a entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizadas no âmbito das ciências sociais, descrevendo-a como: “uma forma de interação social, um diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.” (GIL, 2008, p. 109). Dessa forma, as entrevistas pressupõem a formulação de perguntas ao investigado pelo investigador, que busca obter dados que interessam à sua investigação.

A entrevista auxilia na obtenção de informações complexas das pessoas quanto ao que: “sabem, creem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem ou fizeram, bem como acerca das suas explicações ou razões a respeito das coisas precedentes.” (GIL, 2008, p. 109 apud SELTZ et al. 1967, p. 273).

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), a entrevista é sempre realizada face a face e tem como pré-requisito, um roteiro de questões preestabelecidas e organizadas na sequência a serem formuladas. De acordo com os autores, uma das modalidades de entrevista, é a entrevista estruturada que segue um roteiro preestabelecido, com base em formulário elaborado com antecedência, e que será

utilizada nesta pesquisa.

As **observações diretas** podem ser feitas durante a visita de campo ao local escolhido para o estudo de caso na data da entrevista. Tais observações podem incluir a identificação de comportamentos ou condições ambientais relevantes, que podem ser registrados em fotografia, ajudando a transmitir as características observadas. (YIN, 2001).

Gil (2008) compreende que a observação, que denomina simples, é realizada por um pesquisador alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, que observa espontaneamente os fatos que ocorrem na situação, podendo também ser chamada de observação-reportagem uma vez que apresenta características comuns às técnicas jornalísticas. O autor recomenda três itens a serem considerados em uma observação: os sujeitos, o cenário e o comportamento social, conforme é demonstrado no Quadro 25.

QUADRO 25 - EXEMPLOS DE ITENS DE UMA OBSERVAÇÃO DIRETA

Os sujeitos:

Quem são os participantes? Quantos são? A que sexo pertencem? Quais as suas idades? Como se vestem? Que adornos utilizam? O que os movimentos de seu corpo expressam?

O cenário:

Onde as pessoas se situam? Quais as características desse local? Com que sistema social pode ser identificado?

O comportamento social:

O que realmente ocorre em termos sociais? Como as pessoas se relacionam? De que modo o fazem? Que linguagem utilizam?

Fonte: A autora (2018), com base em Gil (2008), p. 102

Gil (2008) ressalta que por mais espontânea e informal que seja a observação, exige-se o mínimo de controle na obtenção de dados, uma vez que, seguindo procedimentos científicos, será analisada e interpretada. Da mesma forma, Yin (2001) indica que as observações podem ser informais ou formais, fazendo parte de um protocolo de estudo de caso.

Considerando as formas de coleta de evidência (documentos, entrevista e observação participante) e a constatação da necessidade de formalização e estruturação de coleta de dados (YIN, 2001; GIL, 1995), esta dissertação se propõe a elaborar um roteiro de pesquisa para estudo de casos de inovação social.

Tratando-se de uma entrevista estruturada, como é a modalidade selecionada

para esta pesquisa, Gil (2008) afirma que o processo de preparação do roteiro é parecido com a redação do questionário, concluindo que um questionário pode ser convertido num roteiro de entrevista e vice-versa.

As questões do estudo de caso representam um ponto central na pesquisa e podem ser organizadas em um documento específico, acompanhadas de indicações de possíveis caminhos sobre como coletar os dados conforme Yin (2001):

“São um conjunto de questões substantivas que refletem a investigação real [...] são questões específicas que o pesquisador do estudo de caso deve manter em mente ao coletar os dados, uma planilha para disposição específica de dados e as fontes em potencial de informações ao se responder cada questão.” (YIN, 2001, p. 91).

Yin (2001) ressalta que as questões formam a estrutura de uma investigação, mas algumas não devem ser feitas literalmente ao entrevistado. Com isso, aponta dois itens a serem observados na elaboração de questões de estudo:

- As indagações, devem ser elaboradas como se fossem feitas ao pesquisador, e não ao respondente, porque são lembretes das informações que precisam ser coletadas e suas razões. O objetivo das questões é de manter o pesquisador focado em seus objetivos à medida que a coleta se desenvolve;
- As questões podem acompanhar possíveis fontes de evidência (como por exemplo: quais documentos ou observações podem ser levantados e feitos). Essa conexão entre questões de interesse e as possíveis evidências, representam uma tática proveitosa na coleta de dados.

Yin (2001) ressalta a importância de o pesquisador seguir um plano formal para a coleta de dados em um estudo de caso, mas que também esteja atento a informações específicas que não estavam previstas. A partir disso, o ideal é que o pesquisador esteja aberto a realizar reflexões e associações ao se deparar com as novas informações.

A partir disso, define-se que para a Construção do Roteiro de Pesquisa, realizam-se as seguintes etapas:

- Indicação dos documentos a serem levantados;
- Indicação de itens de observação direta;
- Elaboração das perguntas da entrevista estruturada derivadas do framework e seus conceitos;

- Síntese do roteiro de pesquisa, onde ocorre a integração da indicação dos documentos a serem levantados, itens a serem observados e a elaboração de perguntas, resultando no roteiro de pesquisa completo.

Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa (Estudo de Caso)

O estudo de caso, segundo Yin (2001), tem o objetivo de investigar um fenômeno em seu contexto real, considerado como uma estratégia ideal quando se quer responder questões “como e porque” sobre um assunto específico, sendo que o método em questão contribui para a compreensão de fenômenos sociais complexos. De acordo com Dresch, Lacerda e Antunes (2015), o estudo de caso permite descrições e relatos de fenômenos baseados em fontes de dados distintos e combinados.

Conforme sugere a literatura, primeiramente faz-se o estudo de caso piloto, e após o estudo de caso definitivo. Segundo Yin (2001) **o estudo de caso piloto** auxilia os pesquisadores a aprimorar planos para coleta de dados em relação, tanto aos conteúdos, quanto nos procedimentos propostos, ajudando a alinhar questões relevantes ou até mesmo a providenciar modificações conceituais. Por sua importância, é uma das etapas contempladas na pesquisa.

A definição dos estudos de caso piloto e definitivo é feita a partir de casos catalogados pela professora Liliane Iten Chaves e seus alunos, durante a disciplina de design para inovação social na Pós-Graduação e Graduação no Programa de Design da UFPR a partir do ano de 2009. O objetivo da disciplina era fazer com que os alunos analisassem as iniciativas já existentes, identificando possíveis intervenções de design a serem feitas (CHAVES; FONSECA, 2015).

Nas disciplinas, o levantamento de dados foi feito em consonância com a rede internacional DESIS⁷, que possui um formato pré-estabelecido para orientar a escolha dos casos, assim como para direcionar as atividades a serem realizadas, para que os estudantes projetem possíveis intervenções nos casos. O formato

⁷ DESIS (*Design for Social Innovation and Sustainability*) é uma rede internacional de grupos de pesquisa em Design baseados em Universidades de diversos países e tem como foco reforçar o papel do Design nos processos de Inovação Social, desenvolvendo projetos tanto dentro de comunidades locais, para promover seu desenvolvimento local, como fora, criando ferramentas e conhecimentos que permitem definir como o papel e as capacidades de Designers são percebidos. (DEGIS, 2018) – acesso em 8 de fevereiro de 2018, tradução nossa.

fornecido pela rede DESIS trata-se de um toolkit composto por documentos e formatos de apresentação em PowerPoint (CHAVES; FONSECA, 2015).

O toolkit organiza-se em uma sequência de quatro passos, sendo eles: 1) Levantamento de casos promissores; 2) Coleta de dados e preenchimento da documentação dos casos selecionados; 3) Exercício de design através da organização de um workshop; e 4) Disseminação dos resultados (CHAVES; FONSECA, 2015). Na etapa de levantamento de casos promissores, os critérios se baseiam no projeto EMUDE⁸, conforme descritos no Quadro 26.

QUADRO 26 - CRITÉRIOS DE ESCOLHA DOS CASOS

1. Soluções inovadoras:

Têm de ser organizações constituídas por diferentes atores sociais; os atores se auto-organizam para obter um resultado ou para abrir uma nova oportunidade na vida cotidiana; as soluções têm que ser inovadoras em relação à principal corrente (mais conhecida pelo termo em inglês *mainstream*) de pensamento e de ação (pelo menos em relação aos lugares onde são observados).

2. Organizações de-baixo-para-cima (*bottom-up*):

Os promotores das soluções devem ter uma relação "local", assim como os usuários finais, ou seja, empresários, ONGs, as instituições locais. Como a noção do que pode ser considerado como "local" é relativo, a rede DESIS considera uma iniciativa como "local" quando os promotores operam na escala dos bairros e/ou de uma pequena cidade, embora possam ser ligadas a organizações maiores e redes distribuídas.

3. Socialmente positivas:

As soluções precisam regenerar o capital social e fortalecer o tecido social. Este efeito regenerativo pode ter lugar de forma direta (sendo uma meta formal da iniciativa) ou indiretamente (isto é, não é uma meta formal da iniciativa mas acaba acontecendo como resultado). É importante ressaltar que o objetivo social não deve ser o principal e único. Os programas de caridade e/ou de melhoria social, em si mesmos, não se inserem como modelos de novas oportunidades para a vida cotidiana de toda a sociedade.

4. Ambientalmente amigáveis:

as iniciativas devem reduzir a média da pegada ambiental local. Não precisam ser iniciativas direcionadas, apenas, para resolver problemas como os resíduos para reciclagem, geração de energia renovável, a prevenção da poluição, etc. O efeito regenerativo pode ter lugar, também, indiretamente (isto não é uma meta formal da iniciativa, mas, no entanto, isso acontece).

Fonte: Elaborado pela autora (2018), com base em Chaves e Fonseca (2015) p. 6

De acordo com os dados fornecidos pela professora Liliane Iten Chaves, foram coletados ao todo 27 casos promissores nos anos de 2009, 2010, 2012, 2014, 2015 e 2016. No Quadro 27, apresentam-se os casos coletados.

⁸ EMUDE (Emerging User Demands for Sustainable Solutions) financiado pela Comunidade Europeia no 6º Programa Quadro, em 2006. O EMUDE, em conjunto com outras duas atividades (documento sobre Consumo e Produção Sustentáveis, do Ministério do Ambiente sueco e a UNEP (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente ou United Nations Environment Programme), denominado, Creative Communities for Sustainable Lifestyles (CCSL), em 2008 e a Conferência Internacional Changing the Change, realizada em Torino, nas atividades para Torino World Design Capital, em 2008), motivaram a origem da rede DESIS (CHAVE; FONSECA, 2015).

QUADRO 27 - CASOS COLETADOS PELA PROFESSORA LILIANE ITEN CHAVES

COLETA	NOME DO CASO	CIDADE	ESTADO	PAÍS
CURSO DE EXTENSÃO	Moeda Social	Apuanã	Acre	Brasil
	Lavanderia Coletiva Denver Hill	Curitiba	Paraná	Brasil
	Jardinagem Libertária	Curitiba	Paraná	Brasil
	Bicicletada Curitiba	Curitiba	Paraná	Brasil
DISCIPLINA DA GRADUAÇÃO	Carona Brasil	Curitiba	Paraná	Brasil
	Casa da Videira	Curitiba	Paraná	Brasil
	Freecycle Curitiba	Curitiba	Paraná	Brasil
	Pré-Vestibular em Ação	Curitiba	Paraná	Brasil
	PROBEM	Curitiba	Paraná	Brasil
DISCIPLINA PPGDESIGN	Aldeia Coworking	Curitiba	Paraná	Brasil
DISCIPLINA PPGDESIGN	Freguesia do Livro	Curitiba	Paraná	Brasil
	Ciclovida	Curitiba	Paraná	Brasil
	Carona solidária na UFPR	Curitiba	Paraná	Brasil
DISCIPLINA PPGDESIGN	Bosque da Casa Gomm	Curitiba	Curitiba	Brasil
	Brechic Solidário	Curitiba	Paraná	Brasil
	Caminhadas Observacionais de Curitiba	Curitiba	Paraná	Brasil
	Centro Comunitário Parque das Águas Claras	Piraquara	Paraná	Brasil
	Espaço Cultural Casa Iriú	Joinville	Santa Catarina	Brasil
	Grife Social Omunga	Joinville	Santa Catarina	Brasil
	Movimento de Mulheres da Primavera	Guarapuava	Paraná	Brasil
	Praça de Bolso do Ciclista	Curitiba	Paraná	Brasil
DISCIPLINA PPGDESIGN	A Casa é Sua	Curitiba	Curitiba	Brasil
	Casa da Videira - Comida Relacional	Palmeira	Paraná	Brasil
	Coletivo Alimentar	Curitiba	Paraná	Brasil
DISCIPLINA PPGDESIGN	Algramo	Santiago	Santiago	Chile
	Auguri	Curitiba	Paraná	Brasil
	CSA Curitiba	Curitiba	Paraná	Brasil

Fonte: A autora (2018)

A partir disso, define-se que para a Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa (Estudo de Caso), realizam-se as seguintes etapas:

- Definição do estudo de caso piloto;
- Estudo de caso piloto;
- Definição do estudo de caso definitivo;
- Estudo de caso definitivo.

O caso escolhido para estudo piloto foi o Auguri, coletado no ano de 2016, na disciplina de Pós-Graduação, que trabalha com o reaproveitamento de flores usadas na decoração de festas de casamento, transformando-as em buquês e doando-as para idosos em casas de repouso. Para o estudo de caso piloto, foi testado um esboço do roteiro de pesquisa aplicado por meio de entrevista, que buscava compreender as dimensões da inovação social e as abordagens de design. Com o resultado da aplicação piloto, percebeu-se a necessidade de um aprofundamento maior em relação ao roteiro de pesquisa. As providências foram tomadas e o roteiro de pesquisa, agora mais consolidado e completo, formulado a partir do framework, é aplicado no estudo de caso definitivo.

O estudo de caso definitivo escolhido foi a Casa da Videira, coletado no ano de 2009 na disciplina de Graduação em Design. A Casa da Videira foi escolhida, pois se apresenta como um caso completo, propondo soluções voltadas à sustentabilidade do ponto de vista ambiental, social e econômico, principalmente a partir da discussão em torno da naturalização do alimento. Além disso, seu representante, Cláudio Oliver demonstrou interesse em contribuir com esta pesquisa assim que recebeu a carta de apresentação, onde os objetivos do trabalho foram detalhados e o convite feito para que colaborasse com estudo (a carta de apresentação pode ser analisada no Apêndice B). Com a resposta positiva de Cláudio, o estudo foi viabilizado.

Os resultados da Construção do Framework e do Roteiro de pesquisa, assim como sua validação a partir do estudo de caso são elaborados confrontando a teoria trazida no Capítulo 2 (Fundamentação Teórica), apresentados no capítulo seguinte.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos a partir das duas fases macro desta pesquisa (Pesquisa Bibliográfica e Construção e Validação do Framework e Roteiro de Pesquisa) e as discussões geradas.

4.1. PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

4.1.1 Revisão Bibliográfica Sistemática

A RBS, elaborada com o objetivo identificar estudos afins e possíveis ênfases e lacunas em modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design na literatura, demonstrou que até o momento da realização desta etapa de pesquisa, não foram encontrados estudos específicos que abrangessem o principal escopo desta dissertação. Com isso, entende-se que o presente estudo é dotado de singularidade e ineditismo. A partir da análise dos critérios de identificação de ênfases e lacunas sobre o assunto na literatura, pode-se perceber uma lacuna na literatura, a qual esta pesquisa busca responder, com a proposição do framework. Os resultados da Revisão Bibliográfica Sistemática podem ser consultados na íntegra no Apêndice A - Resultados da RBS, ao final deste documento.

4.1.2 Revisão Bibliográfica Assistemática

Com o objetivo de selecionar autores para a construção do framework, a partir da Revisão Bibliográfica Assistemática prevista no método, um total de oito estudos foi selecionado (QUADRO 28). Os materiais selecionados compõem a bibliografia deste trabalho e norteiam a criação do framework a partir dos conceitos que apresentam.

QUADRO 28 - ESTUDOS SELECIONADOS POR MEIO DA RBA

AUTORES	ANO	TÍTULO	IDIOMA
André e Abreu	2006	Dimensões e Espaços da Inovação Social	Português
Chaves	2017	Design for Social Innovation: Distributed Economy, Collaborative Network and Creative Communities	Inglês
Cipolla e Moura	2012	Social innovation in Brazil Trough Design Strategy	Inglês
Cloutier	2003	Qu'est-ce Que L'Innovation Sociale?	Francês
Manzini	2017	Design: Quando todos fazem design - Uma introdução ao design para inovação social	Português
Meroni	2007	Creative Communities - People Inventing Sustainable Ways of Living	Inglês
Murray, Caulier-Grice e Mulgan	2010	The Open Book of Social Innovation	Inglês
Tardif e Harrisson	2005	Complémentarité, Convergence et Transversalité: La Conceptualisation de L'Innovation Sociale au CRISES	Francês

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

4.2. CONSTRUÇÃO DO FRAMEWORK

4.2.1 Leitura e categorização dos dados

Seguindo as orientações propostas por Jabareen (2009), esta etapa da construção do framework baseia-se na leitura e classificação dos materiais obtidos na pesquisa bibliográfica. A partir disso, elabora-se um quadro onde os autores e respectivos trabalhos selecionados são apresentados de forma detalhada, assim como suas contribuições na temática dimensões e/ou abordagens de design para a construção do framework (QUADRO 29).

QUADRO 29 - AUTORES E CONTRIBUIÇÕES PARA O FRAMEWORK

AUTORES	ANO	TÍTULO	CONTRIBUIÇÃO	
			Dimensões de análise	Abordagens de design
André e Abreu	2006	Dimensões e Espaços da Inovação Social	✓	
Chaves	2017	Design for Social Innovation: Distributed Economy, Collaborative Network and Creative Communities		✓
Cipolla e Moura	2012	Social innovation in Brazil Trough Design Strategy		✓
Cloutier	2003	Qu'est-ce Que L'Innovation Sociale?	✓	
Manzini	2017	Design: Quando todos fazem design - Uma introdução ao design para inovação social	✓	✓
Meroni	2007	Creative Communities - People Inventing Sustainable Ways of Living		✓
Murray, Caulier-Grice e Mulgan	2010	The Open Book of Social Innovation	✓	
Tardif e Harrisson	2005	Complémentarité, Convergence et Transversalité: La Conceptualisation de L'Innovation Sociale au CRISES	✓	

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

André e Abreu (2006), Cloutier (2003), Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) e Tardif e Harrisson (2005), contribuem para a construção do framework através de conceitos de dimensões de análise das inovações sociais. Já Chaves (2017), Cipolla e Moura (2012) e Meroni (2007), contribuem com as abordagens de design. Manzini (2017) contribui com ambas.

4.2.2 Identificação dos conceitos

Os materiais selecionados são separados, sistematizados e organizados em dois quadros: um referente aos conceitos das dimensões das inovações sociais (QUADRO 30) e o outro a respeito dos conceitos de abordagens de design para inovação social (QUADRO 31).

Tanto nos conceitos das dimensões das inovações sociais como nos conceitos de abordagens de design para inovação social, percebe-se que os autores apresentam aspectos convergentes. Alguns se aprofundam mais em determinados temas que outros, porém, os conceitos se complementam.

QUADRO 30 - CONCEITOS DAS DIMENSÕES DAS INOVAÇÕES SOCIAIS

AUTOR	DIMENSÃO	CONCEITO
ANDRÉ E ABREU (2006)	1. Natureza (O que é?)	Essência, barreiras, âmbitos e domínios
	2. Estímulos (Porque se produz?)	Adversidades, riscos, desafios e oportunidades
	3. Recursos e Dinâmicas (Como se produz?)	Recursos: Conhecimentos e capital relacional Dinâmicas: Institucionalização; Mantém-se no quadro não institucional; Esgotamento; Travagem ou abandono
	4. Mediação (Quem produz?)	Tipo: instituições públicas, privadas, terceiros setor, organizações ou movimentos sociais Papel: inovador, adotante ou mediador Relação de poder: hegemônico ou não hegemônico
	5. Meio (Onde se produz?)	Meios criativos com diversidade, tolerância e democraticidade (dotados de plasticidade); Domínios (econômico, tecnológico, político, social, cultural, ética, onde emerge e se desenvolve a inovação social)
CLOUTIER (2003)	1. Objeto (O que?)	Novidade: Caráter inovador Importância das mudanças: escopo e profundidade Tangibilidade: processo, produto
	2. Campo (Onde?)	Todos os setores da sociedade
	3. Alvo da mudança	Indivíduo, território ou empresa
	4. Objetivo (Porque?)	Bem-estar individual e coletivo; Resolução e prevenção de problemas
	5. Processo (Como?)	Diversidade de atores e grau de participação
	6. Resultados	Importância da qualidade relativa dos resultados
MANZINI (2017)	1. O que é	Organizações colaborativas: Associações, serviços ou empreendimentos colaborativos
	2. Objetivos	Maneiras novas e colaborativas de viver e produzir a partir de soluções que melhoram a qualidade de vida e reduzem o consumo (modos de vida sustentáveis)
	3. Condições de surgimento	Externas: Crise econômica, aumento populacional, mundo altamente conectado Internas: Desejo de mudança, realização de coisas em conjunto, busca de valor cultural, redefinição de consumo, modos de vida e trabalho, alto grau de empreendedorismo
	4. Dinâmicas	Interações externas: de-baixo-para-cima, P2P e de-cima-para-baixo Condução interna: flexibilidade, colaboração e democracia
	5. Atores	Diversidade de agentes: promotores, participantes, designers
	6. Campo	Atuação nas comunidades locais, porém, com conexão global pelas redes (localismo cosmopolita e globalização distribuída)
	7. Recursos	Interações entre pessoas, lugares e produtos: Pessoas, relações, fluxos, tempo, conhecimento, know how, capital, redes
	8. Estágios	Fases de evolução: 1) Protótipos; 2) Soluções relativamente consolidadas e 3) Soluções maduras implementadas
	9. Resultados	Subjetivos: múltiplos e complexos
	10. Meio	Iniciam e evoluem a partir de ecossistemas habilitantes que necessitam de um ambiente favorável (estruturas culturais e sociais, infraestrutura técnica, conexões diversas)
MURRAY, CAULIER-GRIE E MULGAN (2010)	1. Contexto	Mudanças climáticas, desigualdade social, políticas e estruturas ineficazes
	2. O que é	Novas ideias, produtos, serviços e modelos que vão ao encontro de necessidades sociais (e ambientais)
	3. Objetivos	Criar novas relações sociais ou colaborações por meio de soluções positivas para a sociedade, elevado sua capacidade ação, rumo à sustentabilidade
	4. Campo	Não tem fronteiras fixas: acontece em todos os setores
	5. Relações e agentes	Internas: Relações de colaboração e cooperação Externas: Conceito de <i>polinização cruzada</i> (indivíduos criativos e instituições que deem suporte)
	6. Estágios	1) Promoções, inspirações e diagnóstico; 2) Propostas e ideias; 3) Prototipação e pilotos; 4) Sustentando; 5) Escalonamento e difusão; 6) Mudança sistêmica
	7. Resultados	Subjetivos e passíveis de discussão
	8. Meio	Economia Social
TARDIF E HARRISSON (2005)	1. Contexto	Fatores que encorajam os atores a agir Externos: transformações sociais e processos macroestruturais Internos: restrições e oportunidades locais
	2. Condições de surgimento	Combinação de três fatores: 1) Reconhecimento do problema e vontade de agir; 2) Dinâmica social apropriada (coesão; pertencimento); 3) Instituições abertas à mudança (políticas que incentivam)
	3. Formas	<i>Governança renovada</i> no sistema de atores (em parceria, em rede ou sistêmica)
	4. Processos	Surgimento e efetivação de uma inovação social a partir de processos de: consulta, participação, mobilização de recursos, aprendizagem, difusão, institucionalização
	5. Atores-agentes	Numerosos e diversos, advindos de diferentes setores da sociedade, culturas e identidades diferentes, prezam pela autonomia
	6. Relações	Interação dos atores no sistema baseado em cooperação, engajamento, reciprocidade e negociação de conflitos
	7. Regras e normas	Diretrizes da inovação social: Compromisso, consenso e aprendizagem

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

QUADRO 31 - CONCEITOS DE ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL

AUTOR	CONCEITOS DE ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL	
CHAVES (2017)	Design especializado	<p>Definição: O design para inovação social projeta ou utiliza ferramentas que auxiliam a comunicação e direcionam a inovação social a uma solução mais amigável em termos ambientais, sociais e culturais. Interferência de especialistas em design nos níveis operacional e estratégico</p> <p>1) Gerenciamento operacional: Redesenho do existente; desenvolver a comunicação da inovação social</p> <p>2) Gerenciamento estratégico: Inserção de inovações radicais - soluções de desmaterialização de produto). Ferramentas utilizadas: codesign, design participativo: interação entre diferentes atores de uma equipe, sendo esta equipe de uma empresa, uma comunidade ou um coletivo</p>
	Design difuso	x
CIPOLLA E MOURA (2012)	Design especializado	<p>Definição: O design na inovação social utiliza suas habilidades em saber e fazer, considerando cada caso como uma solução atingida, atuando como um facilitador que possibilita condições favoráveis para criar, promover e consolidar as inovações sociais</p> <p>1) Potencializar (atuação nas inovações sociais; design no apoio e fortalecimento): Identificar casos de inovação social; Mapear atores, contextos, atividades e relações; Ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; Gerar ideias empoderadoras; Prototipar e desenvolver ferramentas para dar suporte e para ampliar os casos de inovação social</p> <p>2) Multiplicar (atuação na sociedade; design no reforço da capacidade da sociedade de inovar): Identificar comportamentos extremos nas inovações sociais; Ter insights considerando motivações, problemas e oportunidades; Traduzir comportamentos em soluções; Prototipar e desenvolver soluções; Replicar soluções em diferentes contextos para resolver desafios sociais</p> <p>3) Imaginar (design vislumbrando e criando novas estruturas sociais mais sustentáveis e cenários futuros): Identificar contextos que necessitam de inovações sociais; Ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; Imaginar cenários mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver soluções imaginadas; Monitorar soluções favorecendo um futuro sustentável</p> <p>4) Conectar (design conectando ou articulando diferentes atores e recursos necessários para que a inovação social floresça): Mapear fontes físicas, humanas e estratégicas necessárias a inovação social; Entender e ter insights considerando interações, problemas e oportunidade; Imaginar relações mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver relações imaginadas como parte de um sistema integrado</p>
	Design difuso	<p>Definição: Design praticado por "não-designers", considerado um "design silencioso", que consiste na habilidade natural em conceber e realizar coisas novas Pode originar iniciativas de inovação social</p>
MANZINI (2017)	Design especializado	<p>Definição: O design para inovação social é a contribuição do design especializado para um processo de codesign voltado à mudança social</p> <p>1) Atuação estratégica (design na solução de problemas): Solução de problemas complexos conciliando questões técnicas e sociais, estímulo e apoio a processos de design por meio de coalizações necessárias entre diferentes parceiros</p> <p>a) Design como facilitador de inovações sociais existentes auxiliando-as a serem mais eficazes, acessíveis e potencialmente replicáveis</p> <p>b) Design como ativismo, desencadeando ou iniciando organizações colaborativas quando não há inovações sociais</p> <p>c) Design como estratégia, atuando na promoção e coordenação de de uma variedade de iniciativas, criando coalizões e desenvolvendo programas, utilizando sua capacidade de design estratégico</p> <p>d) Design como promotor de cultura, alimentando diálogos sociais com sua cultura específica, a fim de tornar todo o processo de codesign mais significativo</p> <p>2) Atuação operacional (design na produção de sentido): Concepção e desenvolvimento de artefatos híbridos e dinâmicos, em um sistema de produto, serviço e comunicação</p>
	Design difuso	<p>Definição: Design difuso é o design praticado por 'não especialistas' que detém de uma capacidade natural para o design. Geralmente os "heróis sociais", são os indivíduos dotados de tais habilidades, que iniciam as inovações sociais</p> <p>1) Atuação nas organizações de base: Quando grupos de pessoas (que podem ser pequenos grupos ideológicos), concebem iniciativas com o objetivo de lidar com problemas locais</p> <p>2) Atuação na modalidade ativismo social: Onde pessoas interessadas em atividades culturais, criam espaços para promover as suas áreas de interesse e criar oportunidades para exposições, apresentações, trocas de experiências, bem como debates</p>
MERONI (2007)	Design especializado	<p>Definição: Design especializado é o uso de habilidades específicas de design para dar visibilidades, aumentar a eficiência e a acessibilidade dos casos promissores, o designer é c um ator social nas inovações sociais</p> <p>1) Elaborar mapa do estado atual e construindo cenários futuros potenciais</p> <p>2) Dar visibilidades aos casos promissores</p> <p>3) Interpretar questões que surgem dos casos promissores</p> <p>4) Conceber e desenvolver sistemas, produtos, serviços e informações</p> <p>5) Contribuir com visões do que é possível, tomando-se provedores de soluções (arena do design difuso)</p> <p>6) Definir estratégias de movimento para auxiliar a materializar visões do que é possível, concretizando as visões</p> <p>7) Facilitar processos de aprendizagem, dando apoio às habilidades difusas de design</p>
	Design difuso	<p>Definição: Atividades de planejamento praticadas pelos 'heróis sociais' dotados de criatividade</p> <p>O design difuso toma corpo nas comunidades criativas, que reconhecem e compartilham o valor do que está sendo feito, em um sentido de união</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

4.2.3 Desconstrução e categorização dos conceitos

A partir da sistematização dos conceitos, foi possível desconstruí-los e categorizá-los a partir de sete aspectos: 1) *Condições de Surgimento*; 2) *Natureza*, 3) *Campo e Atores*; 4) *Recursos e Dinâmicas*; 5) *Evolução*; 6) *Resultados* e 7) *Abordagens de Design*.

Quanto às *Condições de Surgimento* (QUADRO 32), foram identificados três níveis para a emergência das inovações sociais: **contexto macro**, **motivações e meio favorável**. O **contexto macro** refere-se a fatores externos globais mais amplos, relacionados a questões socioambientais críticas, ambientes conectados (uso da tecnologia) que acabam impactando a todos, desencadeando de alguma forma, um movimento em relação à mudança.

No nível **motivações**, foram identificados estímulos que influenciam as pessoas em suas escolhas em nível individual, como desafios e oportunidades locais, fatores culturais e vontade de mudança nos estilos de vida. O **meio favorável** representa os ambientes imateriais nos quais as inovações sociais se desenvolvem; tais meios são meios criativos, dotados de fatores que estimulam as inovações sociais a acontecerem como a tolerância, a democraticidade, a coesão social e a Economia Social.

QUADRO 32 - CONDIÇÕES DE SURGIMENTO DAS INOVAÇÕES SOCIAIS

1. CONDIÇÕES DE SURGIMENTO			1. CONDIÇÕES DE SURGIMENTO
Contexto macro	Motivações	Meio favorável	
1. Contexto Fatores externos que encorajam os atores a agir: transformações sociais e processos macroestruturais TARDIF E HARRISSON (2005)	2. Estimulos (Porque se produz?) Adversidades, riscos, desafios e oportunidades ANDRÉ E ABREU (2006)	5. Meio (Onde se produz?) Meios criativos com diversidade, tolerância e democraticidade (dotados de plasticidade) ANDRÉ E ABREU (2006)	
1. Contexto Mudanças climáticas, desigualdade social, políticas e estruturas ineficazes MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN (2010)	3. Condições de surgimento Internas: Desejo de mudança, realização de coisas em conjunto, busca de valor cultural, redefinição de consumo, modos de vida e trabalho, alto grau de empreendedorismo MANZINI (2017)	10. Meio Iniciam e evoluem a partir de ecossistemas habilitantes que necessitam de um ambiente favorável (estruturas culturais e sociais, infraestrutura técnica, conexões diversas) MANZINI (2017)	
3. Condições de surgimento Externas: Crise econômica, aumento populacional, mundo altamente conectado MANZINI (2017)	2. Condições de surgimento 1) Reconhecimento do problema e vontade de agir TARDIF E HARRISSON (2005)	8. Meio Economia Social MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN (2010)	
	1. Contexto Fatores Internos que encorajam os atores a agir: restrições e oportunidades locais TARDIF E HARRISSON (2005)	2. Condições de surgimento 2) Dinâmica social apropriada (coesão, pertencimento) TARDIF E HARRISSON (2005)	
		2. Condições de surgimento 3) Instituições abertas à mudança (políticas que incentivam) TARDIF E HARRISSON (2005)	

1. CONDIÇÕES DE SURGIMENTO

Contexto macro:

Fatores externos: contexto crítico, mundo altamente conectado

Contexto micro (motivações):

Desafios, oportunidades, reconhecimento do problema, desejo de mudança, vontade de agir, busca por novos modos de vida, trabalho e consumo

Meio favorável:

Meios criativos que favorecem a diversidade, tolerância, coesão social, pertencimento; infraestruturas técnicas

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Quanto à *Natureza*, a partir dos autores, entende-se que está ligada a três itens: **objeto**, **objetivo** e **tangibilidade** (QUADRO 33). O item **objeto**, diz respeito às definições e características de cada inovação social, suas essências e particularidades. Quanto ao **objetivo**, entende-se que pode ser considerado de forma genérica quanto atingimento dos objetivos identificados, comuns às inovações sociais que são o bem-estar, modos de vida mais sustentáveis e novas relações sociais, assim como objetivos específicos, relativos às realizações e contribuições que a própria inovação social se propõe. Outro item a ser considerado na *Natureza* de uma inovação social é a **tangibilidade**, ou seja, de que forma pode ser percebida: nesse contexto, estão contidas as definições de novas ideias, produtos, serviços, processos.

QUADRO 33 - NATUREZA DAS INOVAÇÕES SOCIAIS

2. NATUREZA		
Objeto	Objetivo	Tangibilidade
1. Objeto (O que?) Novidade: Caráter inovador Importância das mudanças: escopo e profundidade CLOUTIER (2003)	4. Objetivo (Porque?) Bem-estar individual e coletivo; Resolução e prevenção de problemas CLOUTIER (2003)	1. Objeto (O que?) Tangibilidade: processo, produto CLOUTIER (2003)
1. Natureza (O que é?) Essência, barreiras, âmbitos e domínios ANDRÉ E ABREU (2006)	3. Objetivos Criar novas relações sociais ou colaborações por meio de soluções positivas para a sociedade, elevado sua capacidade ação, rumo à sustentabilidade MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN (2010)	Tangibilização das suas ações com produtos, serviços, modelos ou novas ideias, criam novas relações ou colaborações sociais. MANZINI (2017)
1. O que é Organizações colaborativas: Associações, serviços ou empreendimentos colaborativos MANZINI (2017)	2. Objetivos Maneiras novas e colaborativas de viver e produzir a partir de soluções que melhoram a qualidade de vida e reduzem o consumo (modos de vida sustentáveis) MANZINI (2017)	2. O que é Novas ideias, produtos, serviços e modelos que vão ao encontro de necessidades sociais (e ambientais) MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN (2010)
		2. O que é? Âmbitos (políticas, processos e produtos através dos quais se manifesta a inovação social) ANDRÉ E ABREU (2006)

2. NATUREZA

Objeto:
O que é a inovação social em si, suas essências e particularidades

Objetivo:
No geral: visa gerar bem-estar e sustentabilidade, criando novas relações sociais
Particular: o que a inovação social se propõe a realizar e a contribuir

Tangibilidade:
Novas ideias
Processos
Serviços
Produtos

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Na abordagem de *Campos e Atores* das inovações sociais (QUADRO 34), entende-se que o **campo** de atuação das inovações sociais é diverso, uma vez que as inovações sociais estão aptas a acontecer em diversos setores da sociedade, porém acontecem principalmente a partir das comunidades criativas. Os **atores** são os mediadores, os indivíduos que produzem as inovações sociais, e, assim como o campo, são diversos: podem ser os promotores, os agentes, os participantes e até mesmo os profissionais de design. No **nível de atuação**, percebe-se que uma inovação social é ativa, promovendo a mudança que deseja, e não passiva, à espera de outros órgãos ou pessoas que façam ou resolvam suas questões por elas. Atuam localmente, porém, sua abrangência não tem fronteiras, devido a sua ação em redes, acessando conexões globais.

QUADRO 34 - CAMPOS E ATORES DAS INOVAÇÕES SOCIAIS

3. CAMPO E ATORES			3. CAMPO E ATORES Campo: Principalmente a partir de comunidades locais, mas pode acontecer em diversos setores da sociedade Atores: Diversos: promotores, participantes, agentes, designers Nível de atuação: Inovador, atuando local e globalmente (por meio das redes)
Campo	Atores	Nível de atuação	
2. Campo (Onde?) Todos os setores da sociedade CLOUTIER (2003)	4. Mediação (Quem produz?) Tipo: instituições públicas, privadas, terceiros setor, organizações ou movimentos sociais ANDRÉ E ABREU (2006)	4. Mediação (Quem produz?) Papel: inovador, adotante ou mediador ANDRÉ E ABREU (2006)	
3. Alvo da mudança Indivíduo, território ou empresa CLOUTIER (2003)	5. Atores Diversidade de agentes: promotores, participantes, designers MANZINI (2017)	4. Mediação (Quem produz?) Relação de poder: hegemônico ou não hegemônico ANDRÉ E ABREU (2006)	
6. Campo Atuação nas comunidades locais MANZINI (2017)	5. Atores-agentes Numerosos e diversos, advindos de diferentes setores da sociedade, culturas e identidades diferentes, prezam pela autonomia TARDIF E HARRISSON (2005)	6. Campo Conexão global pelas redes (localismo cosmopolita e globalização distribuída) MANZINI (2017)	
4. Campo Não tem fronteiras fixas: acontece em todos os setores MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN (2010) 5. Meio Domínios (econômico, tecnológico, político, social, cultural, ética onde emerge e se desenvolve a inovação social) ANDRÉ E ABREU (2006)			

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Os *Recursos e Dinâmicas* das inovações sociais (QUADRO 35) relacionam-se aos processos das inovações sociais, dependentes dos **recursos** para serem realizadas (bens, conhecimento, tempo, redes e fluxos e principalmente pessoas). As **dinâmicas** compreendem as interações realizadas a nível interno ou externo entre os recursos.

As **dinâmicas internas** de uma inovação social, representam a forma como as inovações sociais se organizam, podendo ser configuradas em organizações colaborativas ou movimentos sociais, e dependem necessariamente de relações de colaboração e cooperação, dotadas de mecanismo de negociação de conflitos, aprendizagem coletiva e flexibilidade, onde as relações entre os participantes denotam sua especificidade.

As **dinâmicas externas** referem-se às parcerias e colaborações que as inovações sociais podem estabelecer entre pares ou com outras instituições ou

mesmo o Estado, em processos de *polinização cruzada*: relações múltiplas e diversas que contribuem para seu engrandecimento.

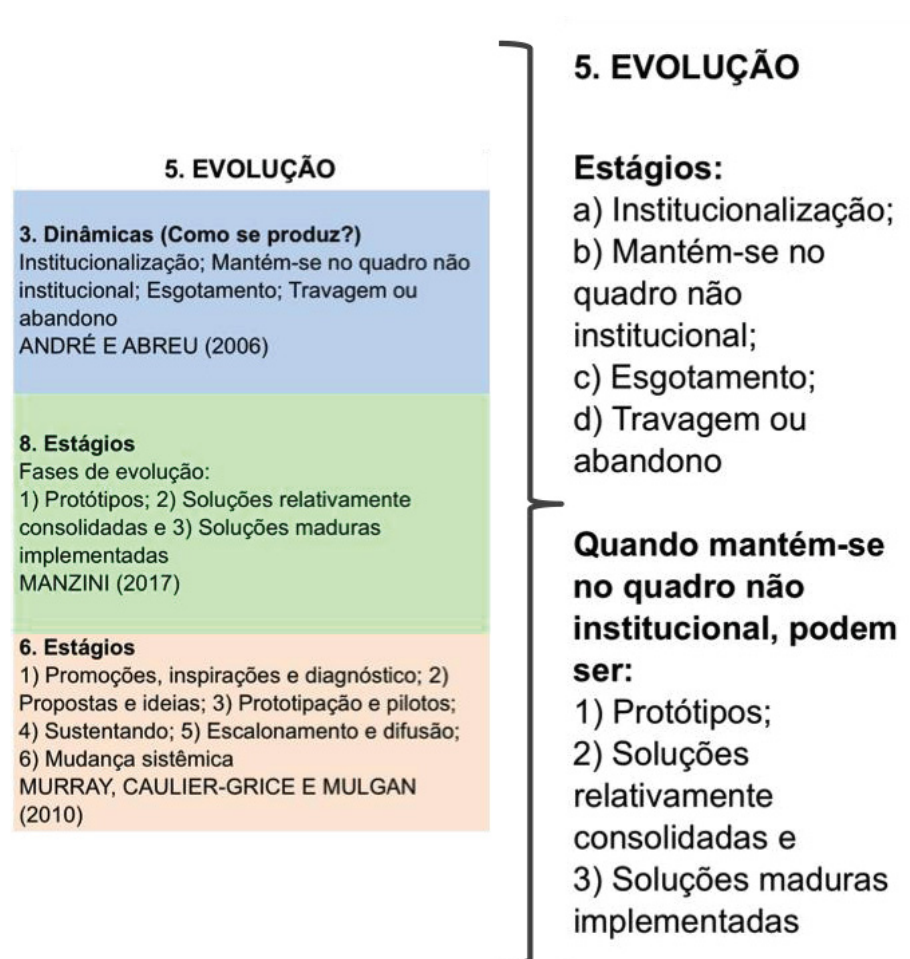
QUADRO 35 - RECURSOS E DINÂMICAS DAS INOVAÇÕES SOCIAIS

4. RECURSOS E DINÂMICAS			4. RECURSOS E DINÂMICAS
Recursos	Dinâmicas internas	Dinâmicas externas	
3. Recursos (Como se produz?) Conhecimentos e capital relacional ANDRÉ E ABREU (2006)	5. Processo (Como?) Diversidade de atores e grau de participação CLOUTIER (2003)	3. Dinâmicas externas: De-baixo-para-cima, P2P e de-cima-para-baixo MANZINI (2017)	Recursos: Pessoas, capital relacional (interações), fluxos, tempo, conhecimento, redes Dinâmicas internas: Arranjam-se em movimentos sociais, organizações colaborativas, em relações de colaboração, cooperação, flexibilidade, engajamento, negociação de conflitos e aprendizagem mútua Dinâmicas externas: De-baixo-para-cima, P2P e de-cima-para-baixo
7. Recursos Interações entre pessoas, lugares e produtos: Pessoas, relações, fluxos, tempo, conhecimento, know how, capital, redes MANZINI (2017)	1. O que é Organizações colaborativas: Associações, serviços ou empreendimentos colaborativos MANZINI (2017)	5. Relações e agentes Externas: Conceito de <i>polinização cruzada</i> (indivíduos criativos e instituições que deem suporte) MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN (2010)	
	3. Dinâmicas internas: flexibilidade, colaboração e democracia MANZINI (2017)	3. Formas <i>Governança renovada</i> no sistema de atores (em parceria, em rede ou sistêmica) TARDIF E HARRISSON (2005)	
	5. Relações e agentes Internas: Relações de colaboração e cooperação MURRAY, CAULIER-GRICE E MULGAN (2010)		
	4. Processos Surgimento e efetivação de uma inovação social a partir de processos de: consulta, participação, mobilização de recursos, aprendizagem, difusão, institucionalização TARDIF E HARRISSON (2005)		
	6. Relações Interação dos atores no sistema baseado em cooperação, engajamento, reciprocidade e negociação de conflitos TARDIF E HARRISSON (2005)		

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A dimensão de análise *Evolução* (QUADRO 36) refere-se ao desenvolvimento do fenômeno social em relação ao seu amadurecimento. As inovações sociais, quando não terminam ou “esgotam”, se não são absorvidas por outras instituições, ou seja, permanecem independentes, evoluem para soluções maduras e implementadas, em direção a mudanças sistêmicas.

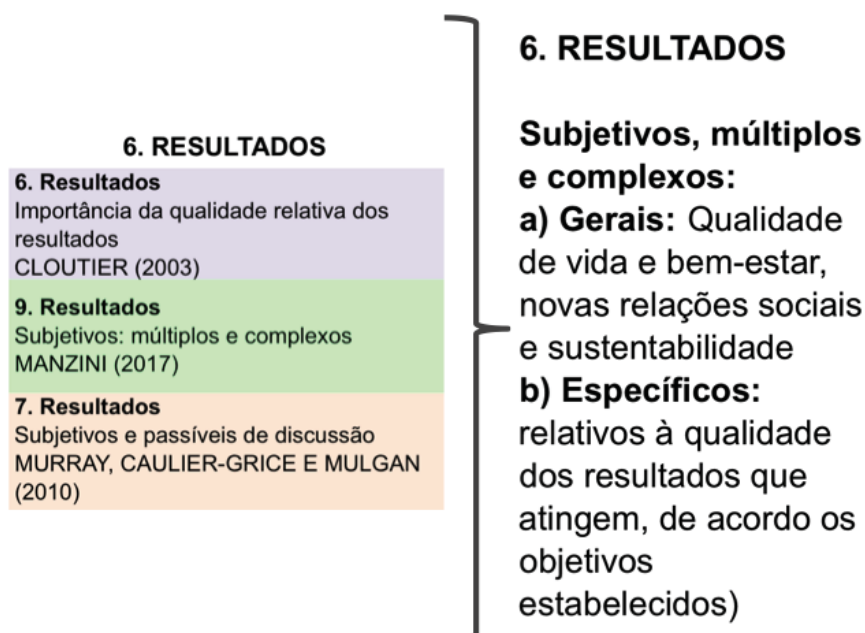
QUADRO 36 - EVOLUÇÃO DAS INOVAÇÕES SOCIAIS



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Os *Resultados* das inovações sociais (QUADRO 37) são subjetivos e complexos. Entende-se que podem ser considerados resultados **gerais** (relativos ao atingimento dos objetivos intrínsecos e comuns às inovações sociais que são bem-estar, sustentabilidade e novas relações sociais) e resultados **específicos** (relativos ao cumprimento dos objetivos estabelecidos caso a caso).

QUADRO 37 - RESULTADOS DAS INOVAÇÕES SOCIAIS



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Quanto às abordagens de design para inovação social, compreende-se que podem ser ramificadas nas modalidades **design especializado** e **design difuso**.

O **design especializado** é a modalidade de design praticado por profissionais de design, que têm como objetivo apoiar e orientar processos de inovação social (QUADRO 38). Nesta modalidade, o designer pode operar em três esferas: dentro das inovações sociais, entre as inovações sociais e outras esferas ou na sociedade, atuando em dois níveis: operacional ou estratégico (QUADRO 39).

QUADRO 38 – DEFINIÇÃO DE ABORDAGENS DE DESIGN ESPECIALIZADO

7. ABORDAGENS DE DESIGN: Design especializado	7. ABORDAGENS DE DESIGN
Definições	Definição
O design para inovação social projeta ou utiliza ferramentas que auxiliam a comunicação e direcionam a inovação social a uma solução mais amigável em termos ambientais, sociais e culturais. Interferência de especialistas em design em nos níveis operacional e estratégico CHAVES (2017)	Design especializado (praticado por profissionais de design) que tem como objetivo apoiar e orientar processos de inovação social
O design na inovação social utiliza suas habilidades em saber e fazer, considerando cada caso como uma solução atingida, atuando como um facilitador que possibilita condições favoráveis para criar, promover e consolidar as inovações sociais CIPOLLA E MOURA (2012)	
O design para inovação social é a contribuição do design especializado para um processo de codesign voltado à mudança social MANZINI (2017)	
Design especializado é o uso de habilidades específicas de design para dar visibilidades, aumentar a eficiência e a acessibilidade dos casos promissores, o designer é um ator social nas inovações sociais MERONI (2007)	

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

QUADRO 39 - ABORDAGENS DE DESIGN ESPECIALIZADO

7. ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL		
Design especializado		
a) Dentro das inovações sociais existentes	b) Entre as inovações sociais	c) Na sociedade
1) Gerenciamento operacional: Redesenho do existente; desenvolver a comunicação da inovação social CHAVES (2017)	2) Gerenciamento estratégico: Inserção de inovações radicais - soluções de desmaterialização de produto). Ferramentas utilizadas: codesign, design participativo: interação entre diferentes atores de uma equipe, sendo esta equipe de uma empresa, uma comunidade ou um coletivo CHAVES (2017)	2) Multiplicar (atuação na sociedade; design no reforço da capacidade da sociedade de inovar): Identificar comportamentos extremos nas inovações sociais; Ter insights considerando motivações, problemas e oportunidades; Traduzir comportamentos em soluções; Prototipar e desenvolver soluções; Replicar soluções em diferentes contextos para resolver desafios sociais CIPOLLA E MOURA (2012)
1) Potencializar (atuação nas inovações sociais; design no apoio e fortalecimento): Identificar casos de inovação social; Mapear atores, contextos, atividades e relações; Ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; Gerar ideias empoderadoras; Prototipar e desenvolver ferramentas para dar suporte e para ampliar os casos de inovação social CIPOLLA E MOURA (2012)	4) Conectar (design conectando ou articulando diferentes atores e recursos necessários para que a inovação social floresça): Mapear fontes físicas, humanas e estratégicas necessárias a inovação social; Entender e ter insights considerando interações, problemas e oportunidade; Imaginar relações mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver relações imaginadas como parte de um sistema integrado CIPOLLA & MOURA (2012)	3) Imaginar (design vislumbrando e criando novas estruturas sociais mais sustentáveis e cenários futuros): Identificar contextos que necessitam de inovações sociais; Ter insights considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades; Imaginar cenários mais sustentáveis; Prototipar e desenvolver soluções imaginadas; Monitorar soluções favorecendo um futuro sustentável CIPOLLA E MOURA (2012)
1) Atuação estratégica a) Design como facilitador de inovações sociais existentes auxiliando-as a serem mais eficazes, acessíveis e potencialmente replicáveis MANZINI (2017)	1) Atuação estratégica (design na solução de problemas): Solução de problemas complexos conciliando questões técnicas e sociais, estímulo e apoio a processos de design por meio de coalizações necessárias entre diferentes parceiros MANZINI (2017)	1) Atuação estratégica b) Design como ativismo: Desencadeando ou iniciando organizações colaborativas quando não há inovações sociais MANZINI (2017)
2) Atuação operacional (design na produção de sentido): Concepção e desenvolvimento de artefatos híbridos e dinâmicos, em um sistema de produto, serviço e comunicação MANZINI (2017)	1) Atuação estratégica c) Design como estratégia: Atuando na promoção e coordenação de de uma variedade de iniciativas, criando coalizações e desenvolvendo programas, utilizando sua capacidade de design estratégico MANZINI (2017)	5) Contribuir com visões do que é possível, tornando-se provedores de soluções (arena do design difuso) MERONI (2007)
1) Elaborar mapa do estado atual e construindo cenários futuros potenciais MERONI (2007)	1) Atuação estratégica d) Design como promotor de cultura: Alimentando diálogos sociais com sua cultura específica, a fim de tornar todo o processo de codesign mais significativo MANZINI (2017)	6) Definir estratégias de movimento para auxiliar a materializar visões do que é possível, concretizando as visões MERONI (2007)
2) Dar visibilidades aos casos promissores MERONI (2007)		
3) Interpretar questões que surgem dos casos promissores MERONI (2007)		
4) Conceber e desenvolver sistemas, produtos, serviços e informações MERONI (2007)		
7) Facilitar processos de aprendizagem, dando apoio às habilidades difusas de design MERONI (2007)		

7. ABORDAGENS DE DESIGN ESPECIALIZADO

Praticado por profissionais de design que tem como objetivo apoiar e orientar processos de inovação social

a) Dentro das inovações sociais:	b) Entre as inovações sociais e outras esferas:	c) Na sociedade
Nível operacional: Concepção de sistemas de produto, serviço e comunicação	Nível estratégico: Atuação em processos de codesign (articular entre diferentes atores e recursos, organizar coalizações, alimentar diálogos sociais)	Nível estratégico: Monitorar soluções existentes, identificar contextos que necessitam inovações sociais, definir estratégias para materializar soluções, desencadear inovações sociais (ativismo)
Nível estratégico: Diagnosticar e apresentar cenários futuros potenciais, apoiar habilidades difusas de design		

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

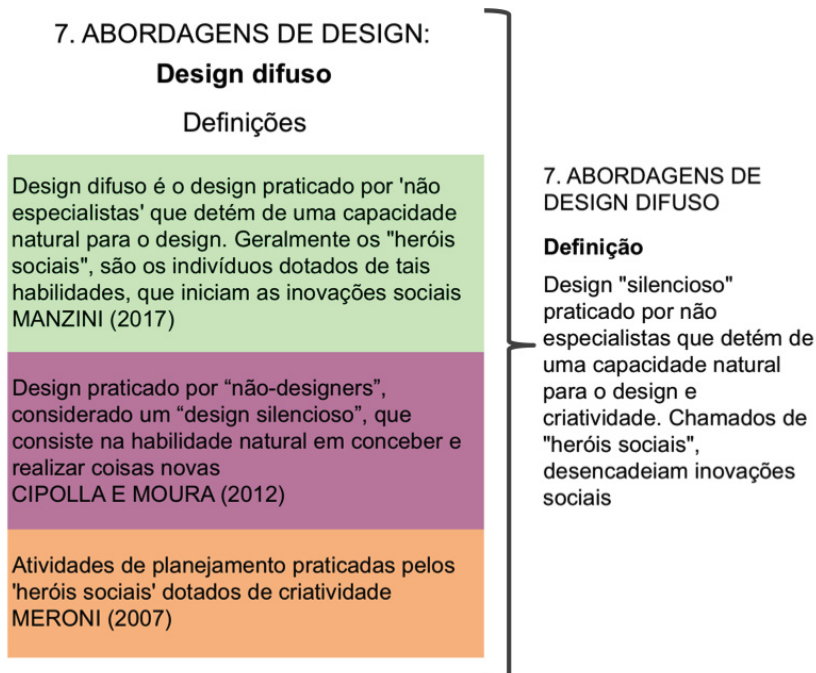
Na modalidade de **design especializado** atuando **dentro das inovações sociais**, verifica-se que a atuação pode acontecer a **nível operacional** (concebendo sistemas de produto, serviço e comunicação), ou a **nível estratégico**, no diagnóstico da condição das inovações sociais, e na elaboração de futuros possíveis, trabalhando com o design colaborativo e participativo, apoiando habilidades difusas de design.

Na modalidade de **design especializado** atuando **entre as inovações sociais e outras esferas**, compreende-se que o design age somente a **nível estratégico**, em processo de codesign, articulando entre diferentes atores, organizações e instituições, organizando coalizões e promovendo diálogos sociais.

Na modalidade de **design especializado** atuando **na sociedade**, a ação do design é restrita ao **nível estratégico**, monitorando e aprendendo com as soluções existentes, ou identificando contextos que necessitam das inovações sociais; além disso, o design pode atuar em forma de ativismo, propondo e desencadeando inovações sociais.

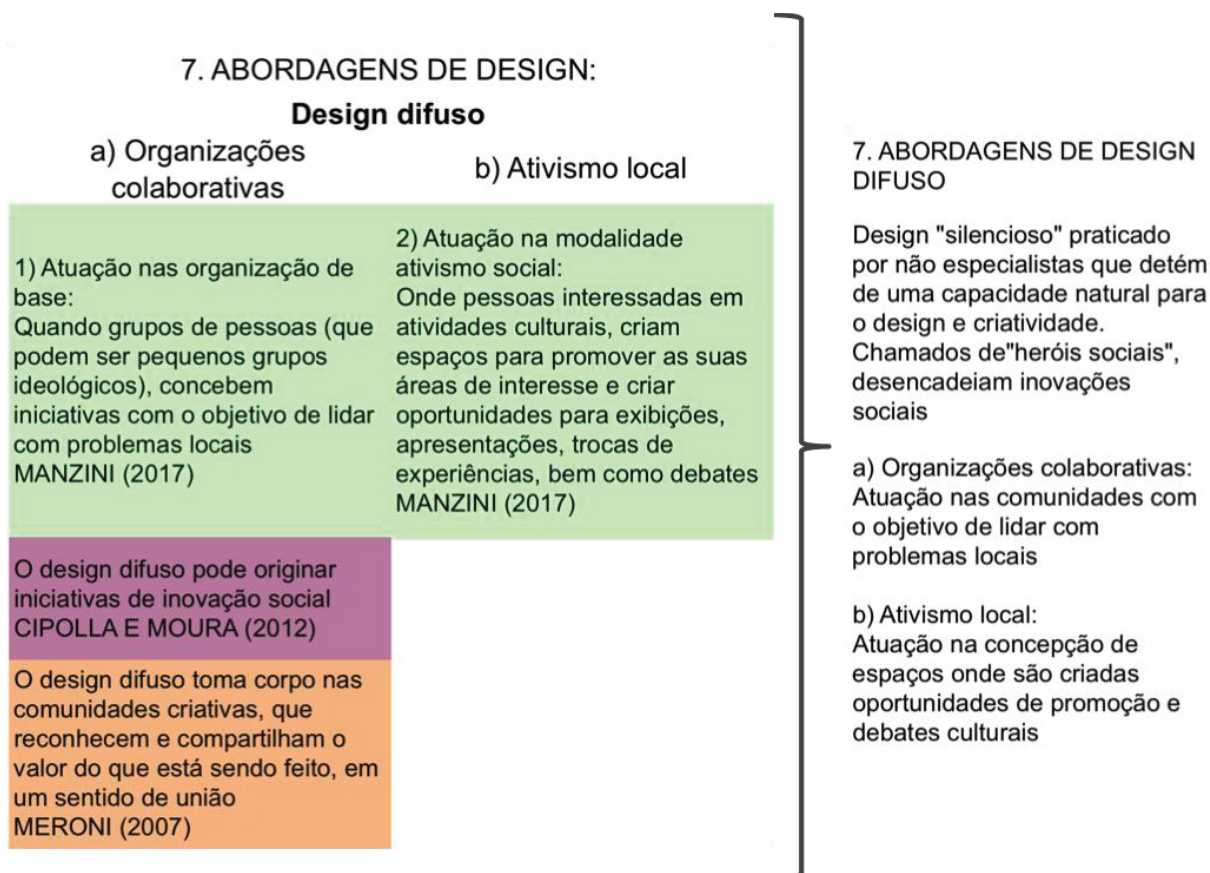
O **design difuso** é a modalidade de design praticada por não especialistas, que detém de uma capacidade natural para o design e criatividade. Também chamados de “heróis sociais”, são responsáveis por desencadear inovações sociais (QUADRO 40). O design difuso pode ser praticado em duas esferas: **desencadeando organizações colaborativas** ou no **ativismo local** (QUADRO 41).

QUADRO 40 - DEFINIÇÃO DE ABORDAGENS DE DESIGN DIFUSO



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

QUADRO 41 - ABORDAGENS DE DESIGN DIFUSO



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O **design difuso** praticado nas **organizações colaborativas** é uma forma de um indivíduo atuar na resolução de problemas locais, agindo nas comunidades. Já o **design difuso** desempenhado como **ativismo social**, concebe espaços onde são estabelecidos debates e diálogos voltados a questões sociais e culturais.

4.2.4 Integração dos conceitos

Nesta etapa da construção do framework, os conceitos são sintetizados e integrados em dois quadros: Dimensões de análise da inovação social (QUADRO 42) e abordagens de design para inovação social (QUADRO 43). Em ambos os quadros, obtém-se uma visão ampla, integrada e sintetizada dos conceitos.

QUADRO 42 - DIMENSÕES DE ANÁLISE DA INOVAÇÃO SOCIAL

1. CONDIÇÕES DE SURGIMENTO	2. NATUREZA	3. CAMPO E ATORES	4. RECURSOS E DINÂMICAS	5. EVOLUÇÃO	6. RESULTADOS
Contexto macro: Fatores externos: contexto crítico, mundo altamente conectado	Objeto: O que é a inovação social em si, sua essências e particularidades	Campo: Principalmente a partir de comunidades locais, mas pode acontecer em diversos setores da sociedade	Recursos: Pessoas, capital relacional (interações), fluxos, tempo, conhecimento, redes	Estágios: a) Institucionalização; b) Mantém-se no quadro não institucional; c) Esgotamento; d) Travagem ou abandono	Subjetivos, múltiplos e complexos: a) Gerais: Qualidade de vida e bem-estar, novas relações sociais e sustentabilidade b) Específicos: relativos à qualidade dos resultados que atingem, de acordo os objetivos estabelecidos)
Contexto micro (motivações): Desafios, oportunidades, reconhecimento do problema, desejo de mudança, vontade de agir, busca por novos modos de vida, trabalho e consumo	Objetivo: No geral: visa gerar bem-estar e sustentabilidade, criando novas relações sociais Particular: o que a inovação social se propõe a realizar e a contribuir	Atores: Diversos: promotores, participantes, agentes, designers	Dinâmicas internas: Arranjam-se em movimentos sociais, organizações colaborativas, em relações de colaboração, cooperação, flexibilidade, engajamento, negociação de conflitos e aprendizagem mútua	Quando se mantém no quadro não institucional, podem ser: 1) Protótipos; 2) Soluções relativamente consolidadas e 3) Soluções maduras implementadas	
Meio favorável: Meios criativos que favorecem a diversidade, tolerância, coesão social, pertencimento; infraestruturas técnicas	Tangibilidade: Novas ideias Processos Serviços Produtos	Nível de atuação: Inovador, atuando local e globalmente (por meio das redes)	Dinâmicas externas: De-baixo-para-cima, P2P e de-cima-para-baixo		

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

QUADRO 43 - ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL

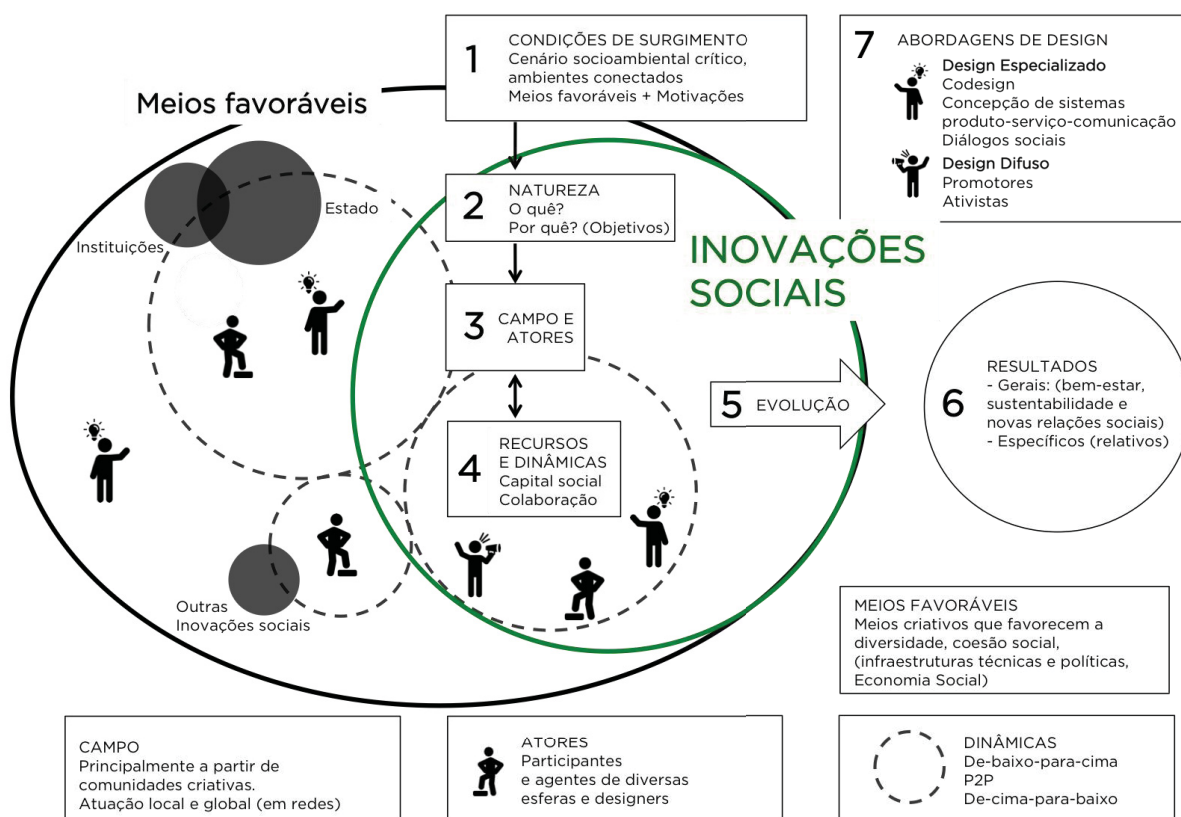
Modalidade	Design especializado			Design difuso
Definição	Design especializado (praticado por profissionais de design) que tem como objetivo apoiar e orientar processos de inovação social			Design "silencioso" praticado por não especialistas que detêm de uma capacidade natural para o design e criatividade. Chamados de "heróis sociais", desencadeiam inovações sociais
Esferas de atuação	a) Dentro das inovações sociais:	b) Entre as inovações sociais e outras esferas:	c) Na sociedade	a) Organizações colaborativas: Atuação nas comunidades com o objetivo de lidar com problemas locais
				b) Ativismo local: Atuação na concepção de espaços onde são criadas oportunidades de promoção e debates culturais
Níveis de atuação	Nível operacional: Concepção de sistemas de produto, serviço e comunicação Nível estratégico: Diagnosticar e apresentar cenários futuros potenciais, apoiar habilidades difusas de design	Nível estratégico: Atuação em processos de codesign (articular entre diferentes atores e recursos, organizar coalizões, alimentar diálogos sociais)	Nível estratégico: Monitorar soluções existentes, identificar contextos que necessitam inovações sociais, definir estratégias para materializar soluções, desencadear inovações sociais (ativismo)	

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

4.2.5 Síntese e construção de sentido (proposição do framework)

Segundo Jabareen (2009) em um framework, cada conceito incorpora um papel integral e conecta-se a outros conceitos interligados a outros fenômenos. Considerando que como produto final obtém-se projetos em forma de diagramas que podem acompanhar texto exploratório (SHEHABUDEEN et al., 1999 apud DELGADO, 2016), nesta etapa, o framework é proposto, apresentado graficamente, conforme o Quadro 44.

QUADRO 44 - FRAMEWORK DE DIMENSÕES DE ANÁLISE E ABORDAGENS DE DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Pelo fato das inovações sociais serem fenômenos sociais (CAJAIBA-SANTANA, 2013), o framework enfatiza principalmente as relações sociais, já que, de acordo com Cloutier (2003) e Cajaiba-Santana (2013) tão importante quanto os resultados, são os processos de cooperação entre os atores. Por meio do framework, consultando as legendas, é possível perceber a atuação do design especializado dentro da inovação social, nas dinâmicas internas atuando como um ator social (MERONI, 2007), assim como em outras relações sociais e entre as inovações sociais e outras esferas, atuando em processos de codesign. O designer também é visto no meio favorável, atuando como ativista, desencadeando inovações sociais.

O uso do framework pressupõe que o caso seja considerado previamente uma inovação social. Dessa forma, o framework destina-se a ser utilizado por pesquisadores interessados no estudo de uma inovação social ou nas contribuições do design para inovação social, para a análise de uma inovação social sobre seus aspectos mais importantes e atividades de design desenvolvidas.

4.3. CONSTRUÇÃO DO ROTEIRO DE PESQUISA

4.3.1 Indicação dos documentos

O Quadro 45 indica os documentos a serem levantados para estudo de caso.

QUADRO 45 - INDICAÇÃO DOS DOCUMENTOS

Antes da entrevista, recomenda-se a coleta prévia e análise de documentos como: cartas, memorandos, minutas de reuniões, relatórios e outros documentos internos, estudos ou avaliações formais do local, artigos e matérias de publicados na mídia.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

4.3.2 Indicação dos itens de observação direta

O Quadro 46 indica os itens de observação direta a serem analisados durante a visita ao local do caso estudado.

QUADRO 46 - INDICAÇÃO DOS ITENS DE OBSERVAÇÃO DIRETA

4. RECURSOS E DINÂMICAS
4.1 Recursos
4.2 Dinâmicas internas
5. EVOLUÇÃO
5.1 Estágios (Institucionalização; Mantém-se no quadro não institucional; Esgotamento; Travagem ou abandono).
(Se a inovação social se manter no quadro não institucional, pode ser: Protótipo de solução, Solução madura, solução implementadas.
6. RESULTADOS
6.1 Resultados gerais
6.1 a) Como a inovação social auxilia na conquista do bem-estar de seus envolvidos?
6.1 b) Como a inovação social contribui com a sustentabilidade?
6.1 c) Como a inovação social contribui com a criação de novas relações sociais?
7. ABORDAGENS DE DESIGN
7.2 Design difuso

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

4.3.3 Perguntas da entrevista estruturada

O Quadro 47 apresenta as perguntas derivadas dos conceitos do framework, a serem realizadas diretamente ao entrevistado.

QUADRO 47 - PERGUNTAS DA ENTREVISTA

1. CONDIÇÕES DE SURGIMENTO
1.2 Contexto micro - motivações
1.2 a) Qual era o nível de satisfação em relação ao modo de vida que você levava anteriormente à inovação social?
1.2 b) Qual o principal problema que o levou a criar a inovação social?
1.2 c) O que o levou a agir diante desse problema?
1.2 d) No início, você contou com mais pessoas na empreitada?
1.3 Meio favorável
1.3 a) Existe uma infraestrutura educacional que dê suporte à inovação social?
1.3 b) Existe uma infraestrutura econômica que dê suporte à inovação social?
1.3 c) Existe uma infraestrutura política que dê suporte à inovação social?
1.3 d) Considera que o meio em que está inserida a inovação social oportuniza, facilita ou estimula a diversidade sociocultural, a tolerância e a democraticidade?
2. NATUREZA
2.1 Objeto
2.1 a) O que faz a inovação social?
2.1 b) Qual é a essência da inovação social?
2.1 c) Qual é a inovação ou diferencial que a inovação social oferece?
2.2 Objetivos
Específicos:
2.2 a) Por que a inovação social existe?
2.2 b) Qual é o propósito da inovação social?
2.2 c) Quais os principais desafios atuais que a inovação social busca resolver?
2.2 d) Qual é a maior mudança que o projeto busca provocar?
2.3 Tangibilidade
2.3 a) O que a inovação social produz, tangibiliza, torna possível?
2.3 b) Do ponto de vista da formalização, qual é a denominação ou tipo de atuação da entidade?
3. CAMPO E ATORES
3.2 Atores
3.2 a) Quem são as pessoas que participam ativamente da inovação social?
3.2 b) Quais são as atividades desenvolvidas pelas pessoas?
3.3 Nível de atuação
() Local. Como se dá esse contato?
() Regional. Como se dá esse contato?
() Nacional. Como se dá esse contato?
() Internacional. Como se dá esse contato?

4. RECURSOS E DINÂMICAS
4.2 Dinâmicas internas
4.2 a) Como funciona a gestão dos recursos e fluxos de trabalho?
4.2 b) Como definem os compromissos de cada um?
4.2 c) Como solucionam possíveis conflitos?
4.2 d) O que significa colaboração para a inovação social?
4.2 e) Quais são as regras e normas de funcionamento?
4.3 Dinâmicas externas
4.3 a) Existem empresas/ organizações que colaboram com a inovação social? Se sim, quais são e como colaboram?
4.3 b) Existem organizações semelhantes à essa onde ocorrem trocas? Se sim, quais são e como colaboram?
6. RESULTADOS
6.2 Resultados específicos
6.2 a) O que pode ser considerado sucesso para a inovação social? Os objetivos traçados vêm sendo alcançados?
7. ABORDAGENS DE DESIGN
7.1 Design especializado
7.1 a) Dentro das inovações sociais:
· Nível operacional
- Produto: Algum profissional de design é responsável pelas embalagens ou produtos?
- Serviço: Algum profissional de design é responsável por projetar fluxo de atividades?
- Comunicação: Algum profissional de design/ publicidade ou marketing é responsável pelas redes sociais, site, materiais impressos?
· Nível estratégico
- Algum profissional de design já dentro da inovação social, no diagnóstico/ apoio?
7.1 b) Entre as inovações sociais e outras esferas:
· Nível estratégico
- Algum profissional de design já atuou na inovação social, promovendo diálogos sociais ou articulando entre diferentes atores?

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

4.3.4 Síntese do roteiro de pesquisa

A síntese do roteiro de pesquisa pode ser consultada no Apêndice C, encontrado ao final deste documento.

4.4. VALIDAÇÃO DO FRAMEWORK E ROTEIRO DE PESQUISA (ESTUDO DE CASO)

Com o objetivo de aplicar o framework a partir do roteiro de pesquisa, esta seção aborda os resultados desta fase da pesquisa.

A Casa da Videira, localizada na cidade de Curitiba-PR no Bairro de Santa Felicidade, é o endereço do espaço físico onde acontece a inovação social. A visita ao local e a entrevista com Cláudio aconteceram no dia 10 de setembro de 2018. O entrevistado, por meio da assinatura do Termo de Consentimento (APÊNDICE D), concordou com que os dados coletados na ocasião fossem utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa. Os atributos e características dessa inovação social são apresentados a seguir, de acordo com os itens definidos no framework.

4.4.1 Condições de Surgimento

Contexto Macro

Fatores externos como transformações sociais e processos macroestruturais, encorajam os atores a desencadear inovações sociais (TARDIF; HARRISSON, 2005). Mudanças climáticas, desigualdade social, políticas e estruturas ineficazes são considerados como importantes gatilhos (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010). A Casa da Videira iniciou de forma embrionária com o Projeto Redentor, a partir de um grupo de voluntários que entregava pães nas ruas e nas favelas às populações carentes na cidade do Rio de Janeiro. Segundo Oliver, na época (entre o final dos anos de 1980 e início dos anos de 1990), grande parte da população passava fome e uma epidemia de AIDS assolava o país. Com isso, constata-se que primariamente, fatores sociais e de desigualdade, exerceram grande influência na germinação da inovação social.

Contexto Micro (motivações)

Os contextos críticos instaurados, somados ao reconhecimento do problema e vontade de agir (TARDIF; HARRISSON, 2005), assim como adversidades, riscos, desafios e oportunidades (ANDRÉ; ABREU, 2006), e busca de valor cultural (MANZINI 2017), fazem parte das condições de surgimento de uma inovação social.

Para Oliver, a questão social de desigualdade, adicionada a um momento pessoal específico, despertou sua religiosidade: “o momento que isso se torna mais intencional na minha vida foi em 1993, quando perdi meu primeiro filho. Então fiz um acordo com Deus [...] fomos para a rua encontrar Jesus como ele aparecia e

começamos a trabalhar com a população carente.” O trabalho continuou a evoluir e no ano de 1998, a Casa da Videira estava organizada em Curitiba, realizando trabalhos sociais nas favelas. Nesse sentido, Moulaert et al. (2005), defendem que aspecto de assistencialismo e filantropia, assim como ideologias filosóficas de justiça liberal, liberdade anarquista, solidariedade socialista ou revolução são responsáveis por originar os movimentos sociais.

Meio Favorável

Considerando que ambientes favoráveis contendo estruturas culturais, sociais, infraestruturas técnicas (MANZINI, 2017) e instituições abertas à mudança ou políticas incentivam o surgimento e continuidade das inovações sociais (TARDIF; HARRISSON, 2005), Oliver é afirma que não percebe que o ambiente auxilia ou traz benefícios: “as infraestruturas políticas e econômicas não são favoráveis. Não recebemos ajuda de órgãos. Nunca contei com investimento e nem infraestrutura de ensino. A política também vem perturbar”. Complementa que a própria mudança política está partindo deles: “graças a Deus, a gente está mudando a cidade, nosso princípio é lutar pelo bem da cidade”.

Quanto a outros aspectos apontados como propulsores das inovações sociais como dinâmica social apropriada, sentimentos de coesão e pertencimento (TARDIF; HARRISON, 2005) e meios criativos dotados de diversidade, tolerância e democraticidade (ANDRÉ; ABREU, 2006), entende-se que a organização goza desses benefícios, visto que o Brasil é um país livre e laico, onde o grupo pode exercer sua crença religiosa e os modos de vida que julgam convenientes, visto que coesão e a equidade social tem o objetivo de garantir e proteger a integridade social, respeitar e diferenças sociais, étnicas e religiosas (SACHS, 1995 apud VEZZOLLI et al., 2018).

4.4.2 Natureza

Objeto

Avaliando a Casa da Videira sob a dimensão de sua *Natureza* quanto ao objeto, ou seja, o que é, sua essência (ANDRÉ; ABREU 2006) e seu caráter

inovador (CLOUTIER, 2003), entende-se que exerce atividades em diferentes frentes. Na definição de Cláudio: “A Casa da Videira é um grupo de nerds que mora junto e acredita em Deus”. O coração da iniciativa certamente é a religiosidade: “Cremos em Deus, a espiritualidade cristã está em tudo que a gente faz”. As paredes do espaço contêm placas com frases e dizeres que auxiliam no reconhecimento das intenções da iniciativa como religiosidade e fomento às iniciativas locais (FIGURA 9).

FIGURA 9 - PLACAS ILUSTRATIVAS



Fonte: A autora (2018)

Manzini (2017) aponta que as inovações sociais operam por meio de organizações colaborativas. Dessa forma, entende-se que a Casa da Videira é uma organização colaborativa, iniciada de-baixo-para cima, pois foi começada a partir de uma comunidade (MANZINI, 2017). Do ponto de vista da formalização jurídica, a Casa da Videira atua como uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público): “Nosso orçamento mensal é em torno de 22 mil reais [...] nossa contabilidade é aberta, nada é escondido aqui. Aqui é uma ONG, anarquista, mas não é bagunçado, funciona exatamente como um negócio”.

Objetivo

Avaliando a dimensão da *Natureza* quanto ao seu objetivo, consultando seu Estatuto (ANEXO A), Art. 2º, p.1, a Associação Casa da Videira (nome jurídico) tem por finalidade:

- I. Promoção e desenvolvimento econômico e social,
- II. Combate à pobreza,
- III. Experimentação não lucrativa de novos modelos sócio produtivos e treinamento para o mercado de trabalho,
- IV. Promoção da educação, na forma inteiramente gratuita e com recursos próprios, vedado seu condicionamento a qualquer doação, contrapartida ou equivalente,
- V. Atendimento a crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social,
- VI. Promoção da cultura e lazer,
- VII. Defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável por meio de estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos.

A partir da leitura de seu estatuto, entende-se que a Casa da Videira vai ao encontro das definições dos objetivos propostos por diversos autores a respeito dos objetivos de uma inovação social. Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010) entendem como soluções positivas para a sociedade que elevam sua capacidade ação, rumo à sustentabilidade. Para Cloutier (2003), visa gerar bem-estar individual e coletivo, atuando na resolução e prevenção de problemas. Pol e Ville (2009) acreditam que objetivam melhorar a qualidade ou da quantidade de vida, impactando positivamente qualidade ambiental ou expectativa de vida. Para André e Abreu (2006), alguns dos objetivos são a promoção da inclusão social, a capacitação de agentes sujeitos a processos de exclusão/marginalização social. Mazini (2017) acredita que são soluções que procuram melhorar a qualidade de vida e reduzir o consumo.

Quanto ao seu objetivo particular, que diz respeito a importância das mudanças, escopo e profundidade (CLOUTIER 2003), a partir dos discurso de Oliver em três momentos: “Eu não quero o mundo melhor, eu quero o melhor para o mundo”; “nosso princípio é lutar pelo bem da cidade”, e “aqui é uma célula

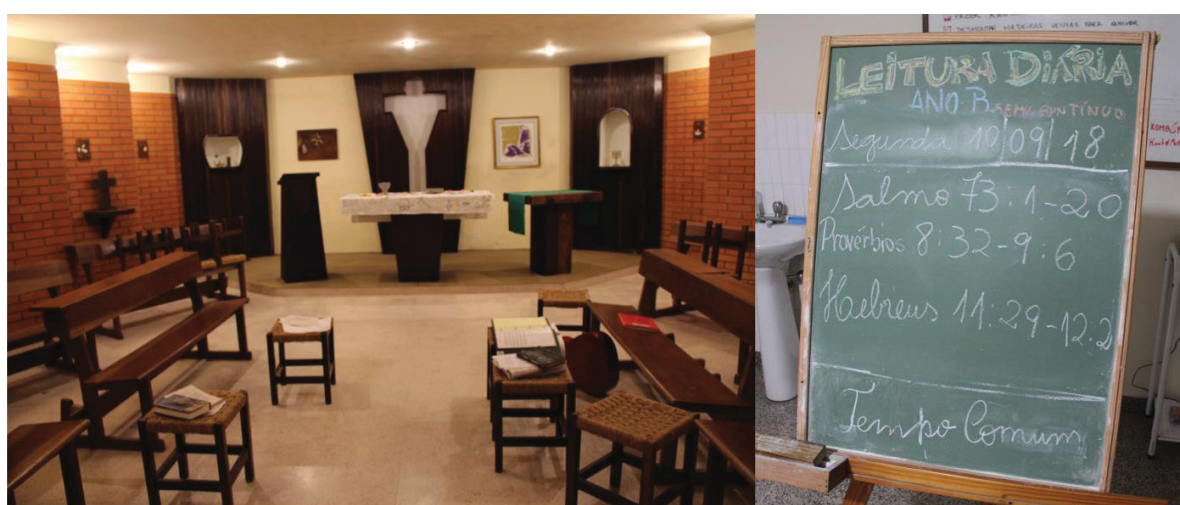
extremamente subversiva”, é perceptível que a Casa da Videira é um agente que visa transformar e melhorar contextos, a partir de um ativismo sociopolítico.

Tangibilidade

A análise da dimensão *Natureza* a respeito da tangibilidade auxilia na compreensão prática da inovação social sobre sua materialidade e concretude. Para Cloutier (2003), a tangibilidade abrange da ação ao produto, contemplando processos. Segundo Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), a tangibilidade de uma inovação social refere-se às novas ideias, produtos, serviços e modelos. André e Abreu (2017) consideram que políticas podem ser produtos de uma inovação social.

De forma geral, a Casa da Videira é um complexo de atividades voltadas à agricultura e pecuária familiar e orgânica, um local de encontro comunitário e discussão política. A organização está instalada em uma casa em um terreno grande, afastada do centro, mas nos limites da cidade, entre o meio urbano e o rural. A Casa funciona como um espaço integrado de *cohousing* e *coworking* onde seus integrantes moram, trabalham e convivem. A Casa da Videira, além de ser uma ONG, de acordo com o entrevistado, é também uma igreja que segue a linha cristã Anabatista onde todos os dias acontecem encontros entre os membros, assim como leituras e discussões sobre a Bíblia (FIGURA 10).

FIGURA 10 - RELIGIÃO NA CASA DA VIDEIRA



Fonte: A autora (2018)

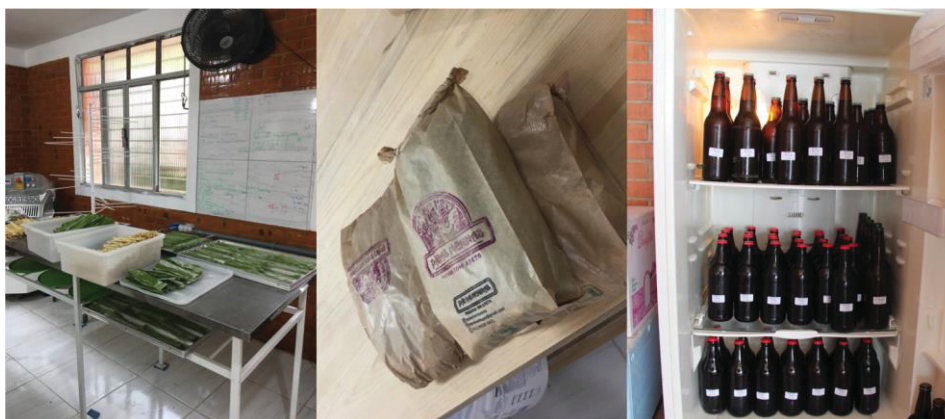
A organização produz para consumo próprio e para venda à comunidade, verduras, legumes e hortaliças (FIGURA 11), assim como ovos, leite de cabra, pães, massas frescas e kombucha (FIGURA 12).

FIGURA 11 - PRODUÇÃO DE VERDURAS, LEGUMES E HORTALIÇAS



Fonte: A autora (2018)

FIGURA 12 - MASSAS, PÃES E KOMBUCHA



Fonte: A autora (2018)

Também realizam serviço de coleta de resíduos nos estabelecimentos que comercializam verduras no entorno (FIGURA 13).

FIGURA 13 - ARMAZENAMENTO DE RESÍDUOS



Fonte: A autora (2018)

Além disso, promovem treinamentos, encontros educativos e oficinas gratuitas voltadas à agricultura e pecuária urbana e gastronomia. O grupo também cria animais de pequeno porte como galinhas, patos e cabras (FIGURA 14).

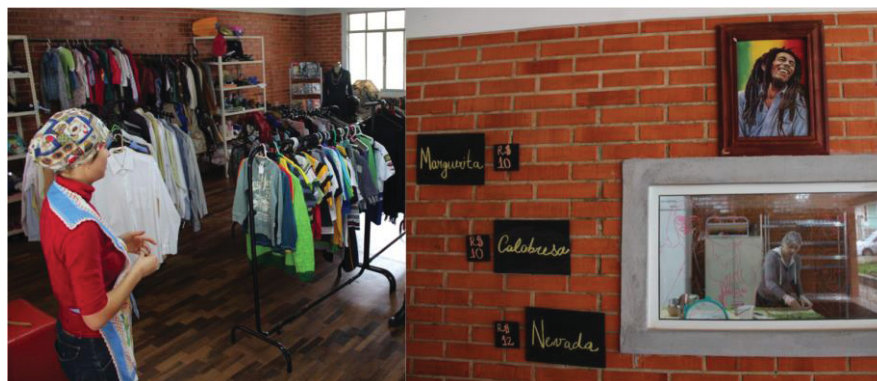
FIGURA 14 - CRIAÇÃO DE ANIMAIS NA CASA DA VIDEIRA



Fonte: A autora (2018)

Aos sábados, abrem a Casa ao público, onde vendem roupas, acessórios, livros, móveis e artigos usados no bazar. Ainda, servem massas e pizza à comunidade (FIGURA 15).

FIGURA 15 - BAZAR E PIZZA NA CASA DA VIDEIRA



Fonte: A autora (2018)

A Casa da Videira também é um espaço de promoção de debates políticos. Oliver articula e reúne líderes do governo, vereadores, produtores, ativistas, professores, estudantes e a comunidade. As reuniões acontecem em torno da mesa, durante as refeições, em formato coletivo e democrático, onde o alimento é o assunto debatido e que os aproxima:

Percebemos em 2016 que o grande problema era a falta de diálogo, não adiantava eu falar de agricultura urbana, de método de permacultura, porque não era isso que estava tocando as pessoas, as pessoas não dialogam, não ouvem umas às outras. Então qual era a grande estratégia para que a gente possa ouvir uma à outra? Sentar junto para comer! Então a comida ficou muito mais importante que agricultura urbana. Quando a gente conversa, vemos que somos iguais.

FIGURA 16 - ESPAÇO DE DEBATE POLÍTICO



Fonte: A autora (2018)

Por intermédio desses encontros, conseguiram com que fosse homologada a Lei da Agricultura Urbana. O fato permitiu a legalização da atividade de Agricultor

Urbano no município de Curitiba, que até então não existia, possibilitando a emissão de nota fiscal. Oliver, como articulador em destaque nessa questão, elaborou uma análise sobre a nova lei (consultar Anexo B), afirmando: “Isso se chama fazer política e eu sei fazer bem.” Nesse sentido, Moulaert et al. (2005) afirma que alguns movimentos sociais contemporâneos, visam recuperar a dimensão local e comunitária do governo, motivados pela identidade local, buscando a democracia e controle democrático locais, que parece ser o caso das ações políticas promovidas no local.

4.4.3. Campo e Atores

A dimensão *Campo e Atores* é apresentada separadamente em relação aos setores e agentes.

Campo

As inovações sociais não têm fronteiras, acontecem em todos os setores da sociedade. (CLOUTIER, 2003; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010). Manzini (2017) e Meroni (2007) consideram que acontecem principalmente a partir das comunidades locais e criativas; dessa forma, entende-se que é o caso da organização estudada. Quanto aos setores, entende-se que a Casa da Videira impacta em diversas áreas da sociedade como alimentação, agricultura, cultura, educação, lazer, meio ambiente, religião, ética e política.

Atores

Os atores e agentes de uma inovação social são diversos e múltiplos, advindos de diferentes lugares e com diferentes identidades (TARDIF; HARRISSON, 2005; MANZINI, 2017). Não é diferente na Casa da Videira. Ao todo, no momento da entrevista, 10 pessoas moravam e trabalhavam ativamente na organização. Já os voluntários e visitantes, que atuam periodicamente são os participantes. Na Figura 11, da esquerda para direita, são apresentados alguns deles: Cláudio, Helena e a voluntária Diana.

FIGURA 17 - ALGUNS ATORES DA CASA DA VIDEIRA



Fonte: A autora (2018)

Nível de atuação

Conforme André e Abreu (2005) entende-se que a Casa da Videira atua no papel de inovadora (pois é ela quem está desencadeando as ações e inovações). Mazini (2017) considera que o nível de atuação de uma inovação social se dá local e globalmente através das redes sociais. Nesse ponto, avalia-se que a associação atua localmente, no âmbito da comunidade e da vizinhança; e também atua nacional e internacionalmente, pois Cláudio concede entrevistas, publica capítulos em livros, palestra em encontros e congressos em universidades fora do Brasil e a Casa da Videira recebe visitantes de diversos estados e países que vêm conhecer e aprender com a iniciativa.

Oliver mostra-se ativo nas redes sociais como WhatsApp e Facebook, compartilhando suas ideias novidades sobre a Casa. De acordo com Manzini (2017), os ativistas culturais desempenham um papel pragmático nos sistemas culturais que fazem parte, utilizando as mídias sociais a seu favor, para evidenciar seus interesses e habilidades culturais e artísticas. A partir disso, considera-se que Oliver é um ativista cultural.

4.4.4 Recursos e Dinâmicas

A dimensão dos Recursos e Dinâmicas (separadas em internas e externas) é apresentada a seguir.

Recursos

Manzini (2017) estabelece que os recursos das inovações sociais são as pessoas, os relacionamentos, os fluxos, o tempo, conhecimentos, redes e capital social: “as iniciativas surgem da recombinação criativa de recursos já existentes - de capital social a patrimônio histórico, de habilidades tradicionais à tecnologia avançada acessível.” (MANZINI, 2017, p. 25). Assim como Manzini (2017), André e Abreu (2005) consideram as relações interpessoais um valioso recurso, levantando a questão do capital relacional na construção dessas dinâmicas. O capital relacional está contido nas relações internas (dentro da comunidade) e nas relações externas entre lugares distintos, fora da proximidade geográfica (PUTNAM, 2000 apud ANDRÉ; ABREU, 2005).

Para Meroni (2007) as comunidades criativas têm a capacidade de reorganizar elementos existentes em novas e significativas combinações fazendo o uso das fontes disponíveis. Oliver compartilha desse entendimento ao afirmar que quando precisa buscar soluções ou pensar em algo novo, utiliza os recursos que tem: “verifico as possibilidades que tenho na minha caixa de ferramentas que me permite atender a isso e uso o que tenho oferecendo uma resposta.”

Dinâmicas internas

As dinâmicas internas dizem respeito ao grau de participação dos atores (CLOUTIER, 2003) e às relações de colaboração e cooperação experimentadas por eles (MANZINI, 2017; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010, TARDIF; HARRISSON, 2005). Segundo Cloutier (2003) e Cajaiba-Santana (2013), tão importante quanto os resultados, são os processos de cooperação entre os diversos atores. Para Cajaiba-Santana (2013) as dinâmicas de uma inovação social são complexas e não podem ser reduzidas a uma estrutura racional a ser analisada de forma tradicional e positivista.

Conforme Bignetti (2011), a participação dos usuários é um processo de construção social e de geração de soluções que ocorre na trajetória da inovação social em si. Da mesma forma, Cajaiba-Santana (2013) afirma que uma inovação social é construída socialmente à medida que os indivíduos se desenvolvem

coletivamente em ações intencionais, monitorando de forma crítica e reflexiva os resultados de suas ações. A aprendizagem coletiva e criação de conhecimentos exigem a participação ativa dos usuários no desenvolvimento do processo e de estabelecimento e continuidade de uma inovação social em dinâmicas de cooperação. (CLOUTIER, 2003; BIGNETTI, 2011).

Quando Oliver declara: “Aqui é uma comunidade; uma comunidade não é... ela se faz”, é possível relacionar ao conceito de comunidade a partir de Zaoual (2006) que afirma que são espaços de vida, mundos simbólicos e morais dos homens onde exercem suas práticas cotidianas, vivem e acreditam, espaços de vida construídos dinamicamente, constituindo a identidade das pessoas e seus processos de pertencimento.

Nas inovações sociais regem dinâmicas de colaboração, flexibilidade e democracia, onde agentes decidem abrir mão da sua individualidade para criar vínculos com outros indivíduos (MANZINI 2017). Nesse sentido, Cláudio afirma: “Aqui a gente sequer acredita na existência do indivíduo. O ser humano é cooperativo, solidário e altruísta, ser eussocial que ganha no conjunto e perde no indivíduo, como funcionam nas comunidades de abelhas, formigas e cupins.”

Manzini (2017) destaca a necessidade do tempo para que elos e vínculos de qualidade sejam estabelecidos:

A busca por relações intensas demanda uma nova escala de valores, novas interpretações e novas experiências de tempo: o tempo necessário para construí-las [...] o tempo necessário para criar um elo entre uma multiplicidade de atores, lugares, produtos e construir várias camadas de significado sobre eles. Promotores e participantes reconhecem esse elo e – ao contrário do tempo acelerado atual – reconhecem a lentidão como condição para produzir qualidades mais profundas (MANZINI, 2017 p. 39).

Da mesma forma, na Casa da Videira a necessidade de tempo e confiança para construção dos elos é essencial. A partir disso, Oliver destaca:

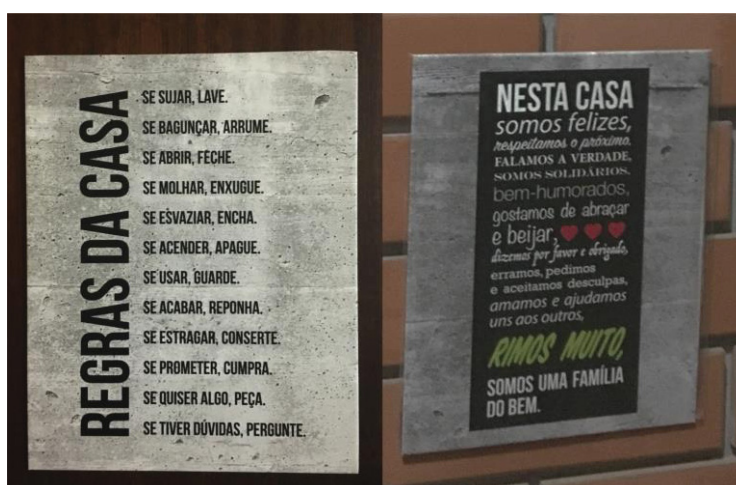
Primeiro eu sou seu amigo, conheço você e por acaso, a gente foi tomando kombucha, comendo um quilo de sal, e ficamos amigos e se eu tenho uma sala sobrando podemos fazer algo juntos. Um quilo de sal é um bom critério de tempo. Começa com voluntariado, daí a gente vai sentindo se é um maluco, se é uma pessoa perigosa, aqui a gente bota para correr também se precisa.

Ainda considerando as dinâmicas internas, é possível verificar que as

organizações sociais (ou inovações sociais), apresentam-se como formas sociais livres e reversíveis, onde membros podem decidir se, quando e como juntar-se a elas, ou deixá-las. Nesse sentido, Claudio relata que quando indivíduos não se adaptam à vida na comunidade, não há estranhamento, e a saída dos membros ocorre sem que nenhum lado se prejudique.

Seguindo uma administração democrática, seus membros têm liberdade para gerir os chamados “sistemas sociotécnicos complexos, onde há um misto de descoberta da eficácia prática de fazer as coisas em conjunto e do valor cultural de compartilhar ideias e projetos.” (MANZINI, 2017 p. 38). Nesse contexto Cláudio afirma que na Casa, não existem regras e sim ritmo, onde cada membro assume obrigações condicionadas aos seus talentos e aptidões: “Temos obrigações, é igual uma família, o serviço é sempre de todo mundo, mas tem alguém que se destaca em alguma coisa”. Na Figura 18, observam-se placas que da Casa com mensagens sobre as regras e também de afeto.

FIGURA 18 - PLACAS ILUSTRATIVAS



Fonte: A autora (2018)

Considerando que uma inovação social depende de mecanismos de interesses individuais coletivos de aprendizagem, negociação de conflitos, cooperação e comprometimento recíprocos em busca da superação de obstáculos (TARDIF; HARRISSON, 2005) na Casa da Videira, isso é percebido. Quando há algum conflito, Cláudio assegura que são resolvidos à base de diálogo: “Temos o mesmo sistema de decisão de uma família, a conversa flui o tempo todo, assim

como os aconselhamentos mútuos e as complementariedades de fala. Quando temos necessidade de tomar uma decisão mais formal, a consulta é rápida e coletiva.”

De forma geral, considerando a questão das dinâmicas internas no contexto da Casa da Videira, percebe-se a importância dos laços afetivos: “Aqui, a atividade não é mais importante que a pessoa, é uma família. Se alguém morrer na sua família ou for embora, o que você vai fazer para suprir? Nada. A pessoa tinha um papel, não era o papel que a possuía.” Nesse sentido, Manzini (2017) ressalta que as organizações sociais são sistemas de interação, dotados de relações humanas complexas e profundas, com “toque humano”, onde tais relações são valorizadas pelos participantes e “em inúmeros casos é o interesse na qualidade dos relacionamentos que tende a guiar as escolhas comportamentais (MANZINI, 2017 p. 39).

FIGURA 19 - PLACA ILUSTRATIVA



Fonte: A autora (2018)

Dinâmicas Externas

Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), estabelecem o conceito de *polinização cruzada*, que diz respeito às interações da inovação social com outros atores e instituições fora do âmbito da sua comunidade como importantes para o desenvolvimento das organizações. Da mesma forma, segundo Manzini (2017) p. 97: “Nas organizações colaborativas, a colaboração não fica limitada a iniciativas horizontais dentro de grupos populares, mas pode se estender a relações estabelecidas em todas as direções possíveis”.

Manzini (2017) estabelece que uma inovação social pode interagir no meio e no contexto de três formas distintas: de-baixo-para-cima (no início, a iniciativa é conduzida diretamente pelas pessoas envolvidas), P2P (ao longo do tempo, recebe apoio e troca de informações com outras organizações similares e por diferentes instituições) e de-cima-para-baixo (intervenções de instituições, organizações civis ou empresas).

No que tange à Casa da Videira, percebe-se que foi iniciada de-baixo-para-cima e hoje troca experiências com outras organizações similares ou inovações em relações P2P. Um exemplo, é que recentemente a Casa passou a utilizar uma moeda social criada em Curitiba, fruto de outra inovação social. A moeda denominada Gommo, é utilizada como troca pelos serviços prestados pelos voluntários na Casa da Videira, que por sua vez, que podem utilizá-la para comprar produtos disponíveis na própria Casa da Videira como em outros locais da Cidade de Curitiba que aceitam esse tipo de dinheiro.

FIGURA 20 - MOEDA SOCIAL NA CASA DA VIDEIRA



Fonte: A autora (2018)

Quanto às dinâmicas de-cima-para-baixo, Cláudio não citou intervenções de instituições ou empresas na Casa da Videira. Quanto a isso, a Casa se mostra autônoma, mantendo seu funcionamento independente da ajuda do Estado ou de outras instituições.

4.4.5 Evolução

A dimensão *Evolução* diz respeito ao amadurecimento da inovação social. Seguindo a teoria de André e Abreu (2005), a Casa da Videira mantém-se no quadro não institucional, pois não foi absorvida por outras instituições. Do ponto de vista de Manzini (2017), a associação pode ser considerada uma solução madura e implementada, já que se encaixa como uma organização colaborativa apoiada por sistemas de produtos, serviços e programas de comunicação. De acordo com Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), a casa da Videira rumo para o estágio mais evoluído de uma inovação social que é a mudança sistêmica, onde estão envolvidos diversos elementos como movimentos sociais, modelos de negócio, leis e regulamentação, dados e infraestrutura e novas formas de pensar e agir.

4.4.6 Resultados

Quanto à Dimensão dos Resultados de uma inovação social, são vistos como subjetivos e passíveis de discussão (MANZINI, 2017; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010). A importância dos resultados está relacionada à qualidade relativa de suas respostas e soluções (CLOUTIER, 2003). A partir disso, a análise dos resultados da Casa da Videira é realizada de duas formas: em relação aos seus objetivos gerais e específicos.

Resultados Gerais

Em relação aos objetivos gerais inerentes à uma inovação social que são a sustentabilidade (MOULAERT 2005; MERONI 2007; MANZINI, 2008, 2017; POL; VILLE, 2009; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010; WESTLEY; ANTADZE, 2010; JAEGER-ERBEN; RÜCKERT-JOHN; SCHÄFER, 2015); melhorar a qualidade de vida ou gerar bem-estar aos indivíduos e às comunidades (CLOUTIER, 2003; MANZINI, 2008, 2017; POL; VILLE, 2009; CAJAIBA-SANTANA, 2013) e criar novas relações sociais (CLOUTIER, 2003; ANDRÉ; ABREU, 2006; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010; MANZINI, 2017), é possível perceber que a constelação de atividades promovidas pela Casa da Videira, possibilita que ela atinja de alguma

forma os pontos levantados.

Para que sociedade possa se desenvolver de forma sustentável, é necessário reduzir os níveis de consumo e produção, melhorando a qualidade do ambiente social e físico (MANZINI, 2008). Nesse ponto, a Casa da Videira contribui para um cenário positivo quando busca a regeneração e cura reforçando ações que prezam pela importância da relação com os alimentos, os animais, os conhecimentos e as pessoas, melhorando com isso seu entorno.

Segundo Jaeger-Erben, Rückert-John e Schäfer (2015) o consumo sustentável trata-se de práticas alternativas ou variações de novas práticas que apresentam rotinas diferentes das estabelecidas pelo padrão convencional. Nesse aspecto a Casa da Videira parece rumar para esse caminho. Do ponto de vista do pilar ambiental da sustentabilidade, que se relaciona à capacidade de cuidados com o meio-ambiente para que mantenha sua capacidade de regeneração, não excedendo os limites de resiliência (VEZZOLI et al., 2018), a organização promove ações como o serviço de coleta de resíduos, o bazar de produtos usados e o cultivo de alimentos sem uso de agrotóxicos.

A partir do pilar social da sustentabilidade que de acordo com Vezzoli et al. (2018), abrange temas como equidade e coesão social, esta, que por sua vez está ligada a questões como respeito, tolerância a diferenças sociais, culturais, étnicas, religiosas e educacionais, a Casa da Videira acolhe às pessoas que chegam, integrando-as à comunidade, proporcionando treinamentos e capacitações para que possam desenvolver suas habilidades. Nesse sentido, Cláudio afirma que busca o desenvolvimento comunitário baseado em ativos como tempo, experiência, boa vontade, força física. Outro ponto que Oliver levanta, é a experiência do Pão das Meninas: “aqui a gente não fala de empoderamento feminino, a gente faz”. O pão das Meninas é uma das atividades da casa administrada inteiramente pelas mulheres jovens do grupo que produzem pães artesanais.

A Casa da Videira, quando desenvolve atividades de articulações políticas, vai ao encontro do conceito de empoderamento proposto por Moulaert et. al. (2005) que afirmam que as inovações sociais podem aumentar a capacidade de participação sociopolítica de seus membros. Nesse sentido entende-se que o grupo como um todo, conquista esse papel ativo, que também passa a ser usufruído por outras pessoas externas à comunidade.

Considerando o terceiro pilar, o econômico, voltado à *Economia Verde*, que

tem como base a cooperação, desenvolvimento em pequena escala, redes, compartilhamento, autogestão e consumo solidário voltados a ampliação de valores econômico (VEZZOLI et al., 2018), a Casa da Videira busca fazer parte desse movimento. Outra forma que a Casa da Videira participa da *Economia Verde*, quando realiza atividades de agricultura e pecuária urbana familiar, incentivando o consumo de produtos locais e utilizando uma moeda social.

Considerando a qualidade de vida a nível micro (individual), Pol e Ville (2009) apontam que não existem aspectos específicos. A melhoria da qualidade de vida é um processo que une a construção da sociedade a aspirações humanas individuais (PERIAC; DAVID; ROBERSON, 2018). Dessa forma, os anseios e desejos pessoais, contam para que essa percepção seja atingida. Com isso, entende-se que qualidade de vida que é um aspecto intangível e subjetivo, de difícil avaliação. Porém, alguns insights obtidos com a entrevista, auxiliam nessa significação.

Cláudio afirma gostar da vida em comunidade e da relação com os alimentos: “é natural e boa, come-se bem e não se repete refeição”. Além disso, o fator humano das relações parece ser um dos aspectos importantes levantados pelo entrevistado: “O que me faz sentir bem é o sorriso dessas meninas às cinco e meia da manhã. O primeiro e o último barulho que ouço no dia são risadas”. Para Oliver, a Casa da Videira precisa fazer sentido: “a minha grande alegria seria se daqui a esse tempo, a gente continuasse sendo alguém que faz sentido naquele momento... E só”. Quando perguntado se gostaria que a Casa da Videira ampliasse ou fosse replicada em outro lugar, responde que não: “é irreplicável, como uma família”.

Outro aspecto importante valorizado na comunidade é a noção do tempo lento e contemplativo proposta por Manzini (2017) como um dos fatores que proporcionam equilíbrio ao cenário socioambiental. Segundo Oliver o grupo baseia-se no conceito de eternidade: “é o único jeito de ter acesso à qualidade de vida que a gente como cristão fala, uma vida completamente centrada no agora”.

Uma das voluntárias da Casa da Videira, Diana, relata que o que a atrai na comunidade é a cultura e forma de viver que conservam. Nesse sentido, a própria Casa da Videira utiliza como emblema: “Um outro mundo acontece.” Segundo a voluntária, seus membros vivem em um ritmo mais lento onde o alimento é um dos pontos centrais de interesse. Para ela, tais aspectos a fazem refletir sobre suas escolhas e prioridades: “A gente está correndo atrás do que afinal de contas?”. Dessa forma, a Casa da Videira quando se propõe a viver modos de vida mais

sustentáveis, desencadeia diálogos e reflexões em seu entorno.

Quanto aos aspectos do bem-estar propostos por Manzini (2008), Kruken (2009) e Vezzoli et al. (2018) que estão contidos na redução drástica do consumo de bens materiais, valorizando a qualidade em detrimento da quantidade, de maneira geral a Casa da Videira parece estar orientada à essa direção. Considerando outro caráter relacionado ao bem-estar que Cloutier (2003) aponta estar atrelado a questões como autonomia, autoestima e motivação do ponto de vista do trabalho e aprendizagem, nos moldes de colaboração, cooperação, valorização dos indivíduos em que a organização trabalha, refletem de alguma forma esses ideais.

Considerando os resultados de uma inovação social sob o ponto de vista da criação de novas relações sociais, observa-se que este é um dos principais esforços da Casa da Videira quando abrem seu espaço para a convivência e aprendizagem de diversas pessoas.

Resultados Específicos

O outro ponto de avaliação dos *Resultados* de uma inovação social sobre os objetivos específicos, relativos ao que está sendo alcançando em vista do que foi proposto, analisa-se alguns pontos sobre a organização estudada. Os objetivos da Casa, conforme mencionados por Cláudio Oliver são: “querer o melhor para o mundo” e “lutar pelo bem da cidade”. Nesse sentido, a avaliação torna-se imprecisa, pois nenhum dos objetivos é mensurável.

Mas é possível encontrar alguns pontos que dão pistas sobre os resultados relacionados aos objetivos da Casa. Quanto ao primeiro: “querer o melhor para o mundo”, entende-se que, ao menos nos contextos de modos de vida mais sustentáveis, dentro da comunidade o mundo parece ser melhor. Sob a mesma abordagem, para Zaoual (2006) as comunidades representam uma concepção evolutiva do mundo.

Quanto ao segundo objetivo, “lutar pelo bem da cidade”, entende-se que as próprias políticas articuladas pela organização beneficiam ao município e podem servir de exemplo para outras esferas.

Com isso, entende-se que a casa da Videira segue em direção a uma mudança sistêmica (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN 2010).

4.4.7 Abordagens de Design

Considerando as atividades de design como criativas, sistêmicas, culturais e artísticas, voltadas à resolução de problemas (Mozota, 2011) e especificamente as atividades de design para inovação social como uma prática do design para a sustentabilidade, (CHAVES; FONSECA, 2016), onde o designer é um ator social (MERONI, 2007), neste tópico, busca-se analisar de que forma o design é abordado na Casa da Videira. Para isso, levam-se em conta duas perspectivas: as abordagens de design nas modalidades especializado e difuso.

Design Especializado

Na definição de Manzini (2017), p. 76: “O design para inovação social é tudo aquilo que o design especializado pode fazer para ativar, sustentar e orientar processos de mudança social na direção da sustentabilidade.” Para Meroni (2007), é o uso de habilidades específicas de design para dar visibilidade, aumentar a eficiência e a acessibilidade dos casos promissores. Segundo Chaves (2017), a interferência de especialistas em design pode acontecer nos níveis operacional e estratégico.

Para esta pesquisa entende-se que o design especializado, praticado por profissionais, pode atuar nos níveis operacional e estratégico em três esferas diferentes: dentro das inovações sociais, entre as inovações sociais e outras esferas e na sociedade. As análises são apresentadas na sequência.

Design Especializado Dentro da Casa da Videira

A nível operacional, o designer pode atuar no redesenho do existente, criando a comunicação da inovação social (CHAVES, 2017) e na concepção e desenvolvimento de artefatos híbridos e dinâmicos, em um sistema de produto, serviço e comunicação (MERONI, 2007; MANZINI, 2017).

Segundo Cláudio, quando necessitam de algum material de design, solicitam aos amigos. Nesse sentido observa-se que na Casa da Videira não existe a atuação de um profissional de design dedicado exclusivamente a essas tarefas. As placas, as embalagens e os materiais gráficos como um todo parecem provisórios e

incipientes para comunicar o potencial da inovação social e de seus produtos e serviços oferecidos (FIGURA 21).

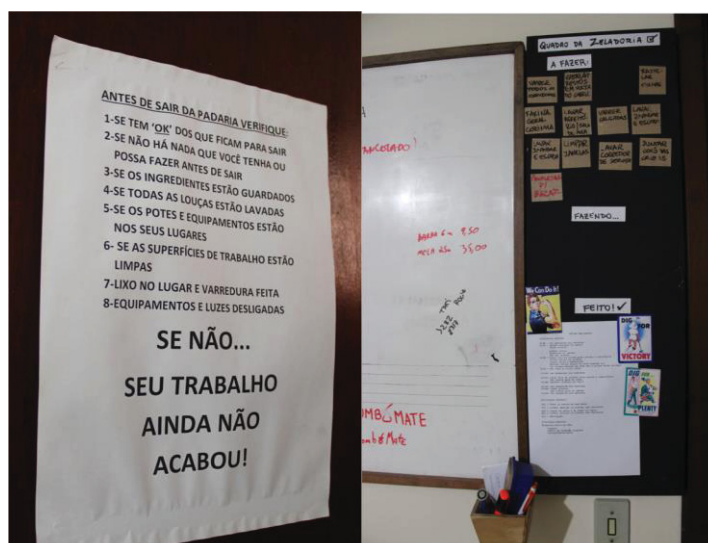
FIGURA 21 - MATERIAIS DA CASA DA VIDEIRA



Fonte: A autora (2018)

Quanto ao design de serviço na organização das atividades internas da Casa, os próprios membros ordenam à sua maneira, sem a ajuda de profissionais. Observa-se que as ações parecem efetivas e eficazes, mas entende-se que podem ser melhoradas sob a perspectiva da atuação de um profissional de design (FIGURAS 22, 23 e 24).

FIGURA 22 - MATERIAIS DE ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO



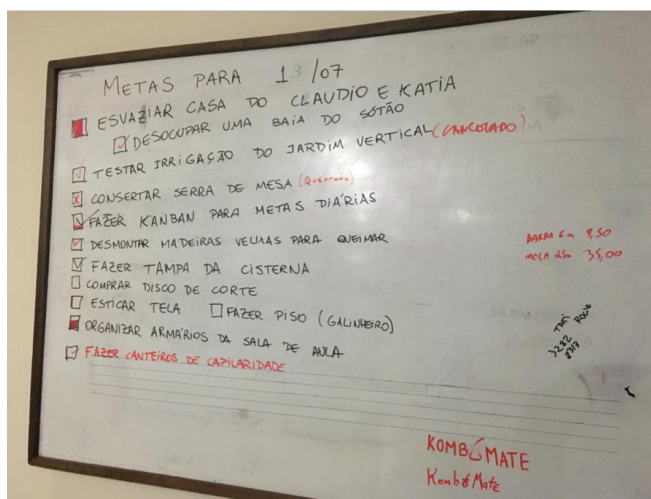
Fonte: A autora (2018)

FIGURA 23 - MATERIAIS DE ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO



Fonte: A autora (2018)

FIGURA 24 - MATERIAIS DE ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO



Fonte: A autora (2018)

Já a nível estratégico, o designer pode atuar como facilitador de inovações sociais existentes, auxiliando-as a serem mais eficazes, acessíveis e potencialmente replicáveis (MANZINI (2017). Para Cipolla e Moura (2012), o designer pode contribuir no apoio e fortalecimento das inovações sociais em atividades como mapeamento de atores e contextos, atividades e relações, produzir *insights* considerando comportamentos, motivações, problemas e oportunidades, gerar ideias empoderadoras, prototipar e desenvolver ferramentas para dar suporte e ampliar casos de inovação social. Para Meroni (2007), o designer pode facilitar processos de aprendizagem, dando apoio às habilidades difusas de design.

Considerando os aspectos citados, a Casa da Videira já foi abordada por designers quando estudada pelos alunos da professora Liliane Iten Chaves no ano de 2009, que buscavam mapear a inovação social e seus aspectos por meio do

questionário do DESIS. Porém, Claudio não cita melhorias colocadas em práticas após o estudo. Nesse contexto, os aspectos de design estratégico dentro das inovações sociais são de difícil avaliação, pois são intangíveis e imateriais.

Design Especializado Entre a Casa da Videira e Outras Esferas

A atuação do design especializado entre as inovações sociais e outras esferas ocorre a nível estratégico, atuando em práticas de codesign conectando diferentes atores e recursos por meio de coalizões de design (CIPOLLA; MOURA, 2012; CHAVES, 2017; MANZINI, 2017).

Para Manzini (2017), o design atua na solução de problemas complexos conciliando questões técnicas e sociais, atuando também como promotor de cultura, alimentando diálogos sociais a fim de tornar o processo de codesign mais relevante. Para Chaves (2012), o design participativo atua na interação entre diferentes atores de uma equipe, sendo esta equipe de uma empresa, uma comunidade ou um coletivo. Cipolla e Moura (2012), acreditam que o design atua como um conector e articulador entre diferentes atores e recursos necessários para que a inovação social floresça.

No contexto da Casa da Videira, não foi identificado um profissional que tenha atuado em processos de codesign, coalizões de design, design participativo ou diálogos sociais. Entende-se que o próprio líder Cláudio Oliver e os membros da comunidade agem nessas funções, tratando-se, portanto de atuação na modalidade design difuso, que será abordado na sequência.

Design Especializado na Sociedade

A atuação do design especializado fora das inovações sociais ou na sociedade se dá a nível estratégico, em atividades como monitoramento de soluções existentes, identificação de contextos que necessitam de inovações sociais (CIPOLLA; MOURA, 2012), definição de estratégias para materializar soluções e contribuição, a partir de visões do que é possível (MERONI, 2007) ou como forma de ativismo, no desencadeamento das inovações sociais (MANZINI, 2017).

Nesse sentido, entende-se que esta pesquisa está atuando como design especializado estratégico na sociedade, uma vez que está monitorando uma solução

existente (a Casa da Videira), conforme apontado por Cipolla e Moura (2012).

Design Difuso

Para Meroni (2007), em uma sociedade onde “todo mundo projeta”, o design não é executado apenas em estúdios de design, mas em todos os lugares. Nesse sentido, denomina-se design difuso o design praticado por “não especialistas”, conhecidos como “heróis sociais” (MERONI, 2007; MANZINI, 2017). Para Cipolla e Moura (2012), é um “design silencioso”, praticado por indivíduos dotados de habilidades naturais em conceber e realizar coisas novas.

Para esta pesquisa entende-se que o design difuso atua originando iniciativas de inovação social (MERONI, 2007; MANZINI, 2017, CIPOLLA; MOURA, 2012) com o objetivo de lidar com problemas locais (MANZI, 2017) ou no formato de ativismo social, onde pessoas interessadas em atividades culturais criam espaços para promover as suas áreas de interesse, oportunizando exposições, apresentações, trocas de experiências e debates.

Dessa forma, no contexto da Casa da Videira, é possível reconhecer na figura de Claudio Oliver, o próprio designer difuso, o herói social que promove a Casa da Videira e exerce o papel de liderança que favorece a integração do grupo, a organização dos propósitos e a mediação com a comunidade: “Meu papel é pastoral, que coincide com o papel de gestor da ONG, que é uma arte, faço coach o dia inteiro”.

Oliver é dotado de alto grau de empreendedorismo, uma das características que condicionam o surgimento de uma inovação social (MANZINI, 2017), atuando como desencadeador da inovação social. O entrevistado também é um ativista social e um articulador, que promove diálogos sociais e processos de codesign atuando localmente, quando abre seu espaço físico para discussões políticas, ou mesmo disseminando suas ideias atuando globalmente nas redes sociais.

Para Manzini (2017) casos de inovação social promovidos por não designers, tidos como bem-sucedidos, confirmam a dimensão crítica, cultural e criativa que é o design para inovação social. Ao final do estudo de caso, isso é perceptível quando aplicado no contexto da Casa da Videira.

5. CONCLUSÃO

5.1. DISCUSSÃO FINAL

O objetivo deste trabalho foi propor um framework que contemplasse as dimensões de análise e abordagens de design para inovação social com a finalidade de analisar casos de inovação social. Para atingir este objetivo, em relação à metodologia utilizou-se uma pesquisa aplicada, de cunho exploratório e descritivo e de abordagem qualitativa, por meio dos procedimentos de pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso.

Inicialmente, foram debatidas as intersecções existentes entre sustentabilidade, qualidade de vida, bem-estar e design para inovação social. Em seguida, foram identificadas dimensões de análise de uma inovação social e abordagens de design para inovação social com base em uma revisão teórica completa. Como resultado, foi proposto um framework e a partir dele, elaborado um roteiro de pesquisa. O próximo passo foi a validação do framework e do roteiro de pesquisa por meio de estudo de caso. O caso selecionado foi a inovação social Casa da Videira localizada em Curitiba-PR. Os dados foram colhidos seguindo o roteiro de pesquisa proposto, por meio de coleta de documentos, entrevista e observação direta. A pesquisa ocorreu no mês de setembro de 2018.

Quanto aos resultados obtidos com a análise das dimensões da Casa da Videira, foi possível perceber que a comunidade preza pela relação com pessoas, animais, alimentos e conhecimento, contribuindo para a melhora de seu entorno. Além disso, a comunidade promove atividades de cuidado do meio-ambiente, desenvolvimento sociopolítico dos seus participantes e trabalha no âmbito da Economia Verde, criando novas relações sociais baseadas na colaboração, contribuindo para a promoção do bem-estar relativo e modos de vida mais sustentáveis.

No que tange à análise das abordagens de design, foi possível perceber a atuação do design especializado na Casa da Videira apenas no nível operacional. Por outro lado, foi percebida a atuação de design difuso, realizada pelo líder da Casa, quem iniciou a organização e que hoje promove atividades de codesign e design participativo, desencadeando diálogos sociais.

O framework e o roteiro de pesquisa mostraram-se adequados e proveitosos

na aplicação prática do estudo de caso. Contudo é necessário deixar claro que o framework e os itens de análise que o compõem, foram delimitados de acordo com o escopo desta pesquisa, com isso, existem outros pontos que podem não estar contidos neste framework, como por exemplo, identificar se um caso configura-se ou não como uma inovação social, uma vez que antes de aplicá-lo, é necessário avaliar previamente se pode ser considerado com tal.

O produto desta pesquisa, o framework proposto, é, portanto, um instrumento que auxilia a visualizar os casos de inovação social em sua natureza sistêmica e complexa, com sua própria cultura e arranjos. O framework permite que essa riqueza sistêmica seja exposta e visualizada e com isso, que sejam retirados aprendizados.

Os cenários de uso do framework são inúmeros. Retomando uma das motivações iniciais desta pesquisa, o framework está apto a ser usado na análise dos casos coletados na disciplina ministrada por Liliane Iten Chaves. Além disso, pode ser aplicado em projetos interinstitucionais, sendo eles nacionais ou internacionais, que necessitam dialogar sobre questões fundamentais para analisar casos em territórios diferentes.

O uso do framework mostra-se útil também em projetos internacionais ou em ONG's que precisam de uma estrutura de análise que possa ser aplicada antes ou após intervenções em termos políticos, por exemplo, com o objetivo de comparar os diferentes momentos analisados. A estrutura pode auxiliar na tomada de decisões, facilitando a criação e desenvolvimento de casos, estimulando os meios favoráveis, interações e relações interpessoais.

Enfatiza-se também que o framework não se esgota, denotando uma representação do momento em que a inovação social foi analisada, mas pode evoluir, a partir de pesquisas futuras com o uso que pesquisadores pretendem fazer dele. Jabareen (2009) sugere que seja feita a reavaliação e reformulação do framework, dessa forma, estão abertas as possibilidades de que o framework seja adaptado, complementado e direcionado aos novos cenários e outros temas que se mostram importantes para análise de uma inovação social.

Aos pesquisadores que forem aplicar o framework da forma que é proposto nesta pesquisa, recomenda-se que, além de seguir o roteiro de pesquisa, façam uma leitura da inovação social além do que o entrevistado irá verbalizar, pois considerando que uma inovação social é um arranjo complexo e múltiplo, pode

esconder ricos detalhes que oportunizam diversos ensinamentos.

Quanto à perspectiva pessoal, o mergulho no universo desta dissertação e principalmente nas inovações sociais, sob o ponto de vista de uma pesquisa em design, mostrou-se desafiador em muitos momentos. Hoje, quando se fala em Design, *produto* é o primeiro tema que vem à mente de muitas pessoas. Esta desconstrução de paradigmas, de que uma pesquisa em design não precisa estar necessariamente relacionada a um produto, mostrou-se indispensável. Explicar às pessoas, amigos e familiares sobre o que se tratava esta pesquisa foi instigante e acredito que continuará a ser um exercício necessário, mesmo para a comunidade acadêmica.

Foi uma longa jornada até a finalização deste trabalho. Pesquisar sobre design para inovação social, um tema tão intangível e recente, e ao mesmo tempo tão importante e ambicioso, ressignificou minha experiência acadêmica e pessoal. Ainda, a Casa da Videira, mostrou que é possível viver de forma mais leve, valorizando o essencial e buscando o bem do coletivo. Definitivamente foi um prazer e um aprendizado contribuir com uma temática tão útil e valorosa tanto para o presente como para o futuro.

5.2. CONCLUSÃO

Considerando a pergunta de pesquisa inicial que balizou esta dissertação **“Como estabelecer um framework apoiado na sistematização de dimensões de análise e abordagens de design para inovação social com a finalidade de analisar casos de inovação social?”** foi respondida a partir da proposição do framework que atende aos requisitos mencionados.

Quanto aos objetivos específicos de pesquisa, entende-se que foram atingidos com êxito, um a um. Em relação ao primeiro objetivo **“Debater as intersecções existentes entre sustentabilidade, qualidade de vida e bem-estar, inovação social e design para inovação social”**, a fundamentação teórica apresenta, de maneira aprofundada, os tópicos demandados.

Quanto ao segundo objetivo **“Identificar na literatura elementos que caracterizam as dimensões das inovações sociais e as abordagens de design para inovação social”**, percebe-se que também foi atingido, por meio dos estudos e autores levantados com a RBA que foram utilizados na sistematização dos

conceitos no framework.

O terceiro objetivo **“Construir um framework e a partir disso, criar um roteiro de pesquisa apto a analisar uma inovação social por pesquisadores interessados no estudo de uma inovação social ou nas contribuições do design para inovação social”**, foi cumprido. Tanto o framework como o roteiro de pesquisa foram propostos e materializados, conforme o capítulo 4.

Por fim o quarto objetivo **“Validar o framework e o roteiro de pesquisa aplicando-os em um estudo de caso para analisar um caso existente de inovação social, buscando um melhor entendimento sobre seus aspectos mais importantes e as atividades de design desenvolvidas”**, foi concluído a partir do estudo prático do caso de inovação social Casa da Videira.

Com o framework, a partir das seis dimensões de análise, é possível realizar um entendimento de um caso de inovação social sobre seus aspectos mais importantes. Com a sistematização das abordagens de design em modalidades, esferas e níveis de atuação, torna-se mais fácil a compreensão das atividades de design desenvolvidas e das possíveis ações a serem realizadas no campo de design estratégico que objetivam apoiar e fortalecer as inovações sociais.

A análise que o framework propõe, mostra-se importante pois são evidenciadas ações realizadas por uma inovação social na contribuição à sociedade em relação aos modos de vida mais sustentáveis praticados. Conclui-se, portanto, que o framework se apresenta como um avanço na pesquisa de inovação social no campo do design.

5.3. CONSIDERAÇÕES PARA OUTRAS PESQUISAS

É interessante destacar alguns pontos que se mostraram desafiadores na execução desta pesquisa. Notou-se uma dificuldade na análise de algumas dimensões, como por exemplo, as condições de surgimento de uma inovação social considerando os meios favoráveis, ou mesmo as dinâmicas internas a respeito da análise das atividades de colaboração ou o valor do capital relacional. Também é possível citar certa dificuldade em analisar as dinâmicas externas, a partir das trocas realizadas pelas inovações sociais entre outras organizações, instituições ou o Estado. Além disso, analisar o atingimento dos objetivos de uma inovação social mostrou-se difícil.

Por outro lado, as dificuldades percebidas revelaram-se oportunidades ricas para o desenvolvimento de pesquisas futuras. Aponta-se que seria pertinente um estudo que auxiliasse na sistematização da análise dos meios favoráveis, ou mesmo um melhor entendimento de como analisar de forma mais assertiva as dinâmicas internas e externas de uma inovação social. Quanto aos resultados, entende-se que estudos mais aprofundados relacionados ao atingimento dos aspectos da sustentabilidade em uma inovação social ou mesmo a mensuração do bem-estar que uma inovação social pode gerar seriam oportunos. Outra temática que surgiu com a pesquisa, foi o uso da moeda social. Em relação ao assunto, um estudo seria bem-vindo na intersecção entre moedas sociais, Economia Verde e inovações sociais.

Do âmbito das abordagens de design, também foram encontrados obstáculos no que diz respeito ao entendimento de como se desenvolvem os processos de codesign e design participativo dentro ou fora das inovações sociais. Dessa forma, indica-se que sejam realizadas pesquisas mais aprofundadas para compreender de forma mais específica a intervenção do especialista em design nessas dinâmicas que envolvem instituições, outras organizações ou Estado.

A criação de uma ferramenta, dispositivo ou plataforma seria oportuna no sentido de facilitar a aplicação do framework, aprimorando sua usabilidade. Por fim, acredita-se que o constructo proposto pode ser aplicado como uma ferramenta estratégica para a compreensão sistêmica de como o design pode contribuir para as inovações sociais. Sugere-se que o framework seja utilizado para analisar casos múltiplos de inovação social, confirmando ou refutando uma tese.

REFERÊNCIAS

- ANDRÉ, I.; ABREU, A. **Dimensões e espaços da inovação social**. Finisterra, XLI, 81, 2006, pp. 121-141.
- BAEK, J. S.; MERONI, A.; MANZINI, E. A socio-technical approach to design for community resilience: A framework for analysis and design goal forming. **Design Studies**, [S.l.], v. 40, p. 60-84, set. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.destud.2015.06.004>>. Acesso em: 27 ago. 2018.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- BIGNETTI, L.P. **As inovações sociais**: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1):3-14, 2011.
- BILIK, T.; HEEMANN, A. A desmaterialização como estratégia de ecodesign: observação de um centro educacional. **Mix Sustentável**: periódico da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis ed 4 pp 44-50, 2016.
- BUENO, S.. **Minidicionário da língua portuguesa**. Ed ver. e atual. São Paulo: FTD, 2000.
- CAJAIBA-SANTANA, G. Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. **Technological Forecasting and Social Change**, [S.l.], v. 82, p. 42-51, fev. 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008>>. Acesso em: 15 ago. 2018.
- CHAVES, L. I.; FONSECA, K. Design para inovação social: uma experiência para inclusão do tema como atividade disciplinar. In: Fourth International Conference on Integration of Design, Engineering and Management for innovation, 2015, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, IDEMI, 2015
- CHAVES, L. I. Design for Social Innovation: Distributed Economy, Collaborative Network and Creative Communities. **Simpósio Brasileiro de Design Sustentável - SBDS+ISSD 2017**, 1 – 4 Agosto 2017, Belo Horizonte, 2017.
- CIPOLLA, C.; MOURA H. Social innovation in Brazil through design strategy. **Design Management Journal**, Boston, ed. 6: pp. 40–51, 2012.
- CLOUTIER, J. Qu'est-ce que l'innovation sociale? **Cahier du CRISES, Collection Études théoriques**, no ET0314 SBN : 2-89605-135-X Dépôt légal: Québec, 2003
- CMMAD. **Nosso Futuro Comum**. 1991. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/documentos>>. Acesso em: 09 mai. 2017.
- CONFORTO, E. C.; AMARAL, D. C.; DA SILVA, S. L. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. **8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto**, Porto Alegre, 2011.

CORREIA, S. E. N.; DE OLIVEIRA, V. M.; GOMEZ, C. R. P. Dimensions of social innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 17, n. 6, p. 102-133, nov. 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n6p102-133>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

D'AMARIO, E. Q. **Inovação Social**: Uma proposta de escala para a sua mensuração. 2018. 187 p. Tese (doutorado) (Programa de pós-graduação em administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

DELGADO, A. A. S. **Framework para caracterizar a inovação social sobre seus processos**. 2016. 253 p. Tese (doutorado) (Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

_____. **Desis Network, about**. 2018. Disponível em: <<http://www.desisnetwork.org/about/>>. Acesso em 08 fev. 2018.

DIAMANDIS, P. H.; KOTLER, S. **Abundância, o futuro é melhor do que você imagina**. São Paulo: HMS Editora, 2012.

DIENER, E. **Subjective Well-Being**. Psychological Bulletin, 95, 542-575. (1984).

DORST, K.; TIETZ, C. Design thinking and analysis: a case study in design for social wellbeing. **Research into Design — Supporting Sustainable Product Development**, Bangalore, p. 104-111, jan. 2011

DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES JUNIOR, J. A. V. **Design science research**: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia. Porto Alegre : Bookman, 2015.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**, 3ed, Curitiba: Positivo, 2004.

GANSKY, L. M. **Porque o futuro dos negócios é compartilhar**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed São Paulo: Atlas, 2008.

JABAREEN, Y. Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure. **International Journal of Qualitative Methods**, [S.l.], v. 8, n. 4, p. 49-62, dez. 2009. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/160940690900800406>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

JAEGER-ERBEN, M.; RÜCKERT-JOHN, J.; SCHÄFER, M. Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], v. 108, p. 784-798, dez. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.042>>. Acesso em: 06 set. 2018.

KRUCKEN, L., **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

MANZINI, E. **Design para inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-Papers, 2008.

MANZINI, E. Making Things Happen: Social Innovation and Design. **Design Issues**, Massachusetts Institute of Technology, Boston, Vol 30, Number 1, p.57-66, 2014.

MANZINI, E. **Design: quando todos fazem design**: uma introdução ao design para inovação social. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2017.

MAURER, A. M. **As dimensões de inovação social em empreendimentos econômicos solidários do setor de artesanato gaúcho**. 2011. 191 p. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Administração) - Faculdade de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

MENEZES, A. G. **Modelo de avaliação de programas de inovação social por meio da pesquisa-ação**. 2016. 223 p. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) - Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

MERONI, M. **Creative Communities. People Inventing Sustainable Ways of Living**. Milan: POLI.design, 2007.

MIRANDA-SÁ-JR., L. S. **Desconstruindo a definição de saúde**. Jornal do Conselho Federal de Medicina (CFM), jul/ago/set de 2004. Disponível em: <<http://www.dis.unifesp.br/pg/Def-Saude.pdf>>. Acesso em: 16 set 2018.

MORAIS DA SILVA, R. L.; TAKAHASHI, A. R. W.; SEGATTO, A. P. **Scaling up social innovation: a meta-synthesis**. RAM, Rev. Adm. Mackenzie [online]. São Paulo, vol.17, n.6, pp.134-163, 2016.

MOULAERT, F. et al. **Towards alternative model(s) of local innovation**. Urban Studies 42 (11) pp. 1969–1990, 2005

MOZOTA, B. B. de. **Gestão do Design**: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MULGAN, G. et al. **In and Out of Sync**: The Challenge of Growing Social Innovations. London: NESTA Innovating Public Services, 2007.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The Open Book of Social Innovation**, London: NESTA Innovating Public Services, 2010.

PAPANEK, V. **Design for the real world**. Human Ecology and Social Change. 2ª ed., Chicago, Academy Chicago Publishers, 1971.

PETRINI, C. **Slow food**: princípios da nova gastronomia. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009

POL, E.; VILLE, S. **Social innovation**: Buzz word or enduring term? Working Paper 08-09, University of Wollongong, 2008

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROGERS, E. M. **Diffusion of innovations**. 3ª ed. New York: The Free Press, 1983.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: incluyente, sustentável e sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SANTOS, T. **Globalização e exclusão: a dialética da mundialização do capital**. Sociologias, Porto Alegre, n.6, jun-dez. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/soc/n6/a08n6.pdf>> Acesso em: 16 mai. 2018.

SCHUMACHER, E.F. **O Negócio é Ser Pequeno**: Um Estudo de Economia que leva em conta as pessoas. Trad. de Octávio Alves Filho. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

SCORSOLINI-COMIN, F; SANTOS, M. A. **O estudo científico da felicidade e a promoção da saúde**: revisão integrativa da literatura. Rev. Latino-Am. Enfermagem mai-jun 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rlae/v18n3/pt_25.pdf>. Acesso em: 5 ago. 2018.

SHIRKY, C. **A Cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SVENSSON, K. et al. Evaluating Social Innovations: Implications for Evaluation Design. **American Journal of Evaluation**, Ottawa, p. 1-19, abr. 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1098214018763553>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

TARDIF, C; HARRISSON, D. Complémentarité, convergence et transversalité : la conceptualisation de l'innovation sociale au CRISES. Montréal: CRISES, 2005.

THACKARA, J. **In the bubble**: designing in a complex world. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2005.

VAN DER HAVE, R. P.; RUBALCABA, L. Social innovation research: An emerging area of innovation studies? **Research Policy**, volume 45, issue 9, pages 1923-1935, Elsevier, 2016.

VENÂNCIO, G.A.; HEEMANN, A.; CHAVES, L.I. Design and the global and human wellbeing. **IOS Press**, Work 41 (2012) pp 2175-2178, DOI 10.3233/WOR-2012-0648-2175, 2012.

VEZZOLI, C. et al. **Sistema produto + serviço sustentável: fundamentos**. Curitiba: Insight, 2018.

WESTLEY, F., ANTADZE, N. Making a difference: strategies for scaling social innovation for greater impact. **Innovation Journal**, 15(2), 2-18, 2010.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Trad. Daniel Grasse. 2.ed – Porto Alegre : Bookman, 2001.

YIN, R.K. **Qualitative research from start to finish**. New York : The Guilford Press, 2011.

ZAOUAL, H. **Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós global**. Rio de Janeiro : DP&A: Consulado Geral da França: COPPE/UFRJ, 2006.

APÊNDICE A – RESULTADOS DA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMÁTICA

Este documento apresenta os resultados da Revisão Bibliográfica Sistemática.

Com o objetivo identificar estudos afins na literatura, utiliza-se uma Revisão Bibliográfica Sistemática, a partir de duas plataformas de busca: a CAPES, onde são filtrados resultados internacionais, utilizando o idioma inglês para busca e o BDTD, plataforma brasileira que mostra resultados de estudos do Brasil, onde o idioma utilizado é o português. A partir disso, definem-se 17 strings, utilizadas como palavras-chave de busca. No Quadro A-1 é possível verificar a sistematização da RBS.

QUADRO A-1 – SISTEMATIZAÇÃO DA RBS

PLATAFORMA	IDIOMA	REF.	STRING
CAPES	inglês	1	model (no título) + dimensions + "social innovation"
		2	analysis (no título) + dimensions + "social innovation"
		3	framework (no título) + dimensions + "social innovation"
		4	evaluation (no título) + dimensions + "social innovation"
		5	no título: dimensions + "social innovation"
		6	no título: framework + "social innovation"
		7	no título: design + for + "social innovation"
		8	no título: framework + dimensions + "social innovation"
		9	no título: framework + dimensions + "social innovation" + design
BDTD	português	10	modelo + dimensões + "inovação social"
		11	análise + "inovação social" (no título)
		12	framework + "inovação social" (no título)
		13	avaliação + "inovação social" (no título)
		14	dimensões + "inovação social" (no título)
		15	(no título): design + "inovação social"
		16	framework + dimensões + "inovação social"
		17	framework + dimensões + "inovação social" + design

Fonte: A autora (2018)

Considerando as bases de dados BDTD e CAPES, a partir da primeira busca em fontes primárias, foi encontrado um total de 297 estudos revisados por pares. Após a busca primária, com a leitura de título, palavras-chave e resumo, foram pré-selecionadas 42 publicações que mais atendiam ao escopo da pesquisa proposta. Na sequência, foram excluídos os materiais duplicados. Posteriormente, os 42 materiais pré-selecionados, foram filtrados a partir da leitura de suas introduções,

resumos e conclusões. Ao final, oito trabalhos foram selecionados. O Quadro A-2 apresenta os resultados da RBS de acordo com a plataforma e as *strings* de busca.

QUADRO A-2 – TRABALHOS ENCONTRADOS POR PLATAFORMA

BUSC A		REF	STRING	PUBLICAÇÕES EXISTENTES (revisadas por pares)	PUBLICAÇÕES PRÉ- SELECIONADAS
CAPES	inglês	1	model (no título) + dimensions + "social innovation"	49	2
		2	analysis (no título) + dimensions + "social innovation"	71	5
		3	framework (no título) + dimensions + "social innovation"	55	7
		4	evaluation (no título) + dimensions + "social innovation"	15	3
		5	no título: dimensions + "social innovation"	1	1
		6	no título: framework + "social innovation"	13	5
		7	no título: design + for + "social innovation"	7	1
		8	no título: framework + dimensions + "social innovation"	1	1
		9	no título: framework + dimensions + "social innovation" + design	0	0
BDTD	português	10	modelo + dimensões + "inovação social"	19	2
		11	análise + "inovação social" (no título)	34	6
		12	framework + "inovação social" (no título)	12	2
		13	avaliação + "inovação social" (no título)	3	1
		14	dimensões + "inovação social" (no título)	7	3
		15	(no título): design + "inovação social"	6	1
		16	framework + dimensões + "inovação social"	4	2
		17	framework + dimensões + "inovação social" + design	0	0
RESULTADO RBS		TOTAL		297	42
		PUBLICAÇÕES SELECIONADAS (excluindo repetidas)		8	

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

É possível observar no Quadro A2, que, de acordo com as referências 9 e 17, destacadas em vermelho, não foram encontrados resultados de publicações nacionais ou internacionais quando utilizadas as strings de busca 'framework + dimensões + "inovação social" + design' ou os mesmos termos em na língua inglesa 'framework + dimensions + "social innovation" + design'. Com isso, percebe-se uma lacuna na literatura no atendimento de trabalhos científicos dedicados a explorar esta temática.

Os oito materiais selecionados a partir da RBS, foram lidos na Íntegra, compondo a base bibliográfica desta dissertação. O Quadro A-3 apresenta os estudos em ordem alfabética organizados na sequência de acordo com: autor, nome, título, palavras-chave, tipo, idioma, país de base dos autores, ano da publicação e onde foram publicados.

QUADRO A-3 – ESTUDOS SELECIONADOS A PARTIR DA RBS

Ref.	Autor	Título	Palavras-chave	Tipo	Idioma	País	Ano	Publicação
1	BAEK, J.; MERONI, A.; MANZINI, E.	A socio-technical approach to design for community resilience: a framework for analysis and design goal forming	Case study; systems design; eco design; service design, resilience	Artigo	Inglês	Itália e Coreia do Sul	2015	Periódico Elsevier
2	CORREIA, S.; OLIVEIRA, V.; GOMEZ, C.	Dimensions of social innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework	Social innovation; organizational actors; social needs and process; social improvements and answers; innovativeness	Artigo	Inglês	Brasil	2016	Periódico Mackenzie Management Review
3	D'AMARIO, E.	Inovação social: uma proposta de escala para a sua mensuração	Inovação social; empreendedorismo social; escalas de mensuração	Tese Doutorado	Português	Brasil	2018	USP Pós-Graduação em Administração
4	DELGADO, A.	Framework para caracterizar la innovación social sobre sus procesos	Inovação social; processos de inovação social; características de inovação social; delphi; focus group	Tese Doutorado	Espanhol	Brasil	2016	UFSC Pós-Graduação em Engenharia de Produção
5	MAURER, A.	As dimensões de inovação social em empreendimentos econômicos solidários do setor de artesanato gaúcho	Inovações sociais; dimensões de inovação social; empreendimentos econômicos solidários; artesanato	Dissertação Mestrado	Português	Brasil	2011	UFRG Pós-Graduação em Administração
6	MENEZES, A.	Modelo de avaliação de programas de inovação social por meio da pesquisa-ação	Inovação social; pesquisa-ação; avaliação desenvolvimental	Tese Doutorado	Português	Brasil	2016	UFSC Pós-Graduação em Engenharia de Produção
7	PERIAC, F.; DAVID, A.; ROBERSON, Q.	Clarifying the interplay between social innovation and sustainable development: a conceptual framework rooted in paradox management	Clarifying the interplay between social innovation and sustainable development: a conceptual framework rooted in paradox management	Artigo	Inglês	França e Estados Unidos	2018	Periódico European Management Review
8	SVENSSON, K.; SZIJARTO, B.; MILLEY, P.; COUSINS, J.	Evaluating Social Innovations: Implications for Evaluation Design	Social innovations; evaluation design; systematic review; research on evaluation (RoE)	Artigo	Inglês	Canadá	2018	Periódico American Journal of Evaluation

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Após a leitura e análise dos oito estudos selecionados, com o objetivo de identificar **ênfases e lacunas em modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design**, na literatura, com auxílio de um quadro, utilizam-se critérios estabelecidos que busquem identificar ênfases e lacunas em modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação

social e design. Os critérios estabelecidos auxiliam na decodificação e comparação dos materiais obtidos (apresentados no Quadro A4):

QUADRO A-4 – CRITÉRIOS ESTABELECIDOS

a) Conceitua inovação social?

- Importância do critério para avaliar os autores que se aprofundam no temas do presente estudo;

b) Aborda a temática design para a inovação social?

- Critério relevante pois delimita os estudos sobre o design para inovação social, ou seja, os autores que se aprofundam nos estudos sobre projetar/contribuir para inovação social;

c) Aborda dimensões de uma inovação social?

- Constata se o estudo considera dimensões de uma inovação social;

d) Propõe modelo, análise, framework ou avaliação?

- Item relevante para compreender se o estudo propõe um modelo conceitual/ analítico;

e) Utiliza modelo, análise, framework ou avaliação em um caso de inovação social?

- Critério que demonstra se o estudo utiliza de forma prática o modelo conceitual/ analítico (quando proposto);

f) Contribui com a temática: modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design para inovação social?

- O último critério é utilizado para compreender se existem materiais específicos no campo investigado.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Após os dados são organizados em um quadro teórico, onde é feita a análise de cada autor quanto ao acato a cada critério. Dessa forma, cada trabalho recebe uma nota de 0 a 2, sendo que a nota 0 não atende ao critério em análise; a nota 1 atende parcialmente e a nota 2 atende com profundidade.

Ao final do quadro, no campo “total”, é possível identificar a pontuação de cada autor (considerando que a pontuação máxima é de 12 pontos) e com isso, definir os autores e respectivos materiais que possuem maior relevância ao objetivo da RBS. O Quadro A-5 foi organizado por autores em ordem alfabética, apresentada a seguir.

QUADRO A-5 – ANÁLISE DOS ESTUDOS SELECIONADOS

CRITÉRIOS AUTORES	BAEK, MERONI E MANZINI (2015)	CORREIA, OLIVEIRA E GOMEZ (2016)	D'AMARIO (2018)	DELGADO (2016)	MAURER (2011)	MENEZES (2016)	PERIAC, DAVID E ROBERSON (2018)	SVENSSON ET AL. (2018)
a) Conceitua inovação social?	0	2	2	2	2	2	2	2
b) Aborda a temática design para inovação social?	2	0	0	0	0	0	0	2
c) Aborda dimensões de uma inovação social?	1	2	1	1	2	0	2	1
d) Propõe modelo, análise, framework ou avaliação?	2	2	2	2	2	2	2	2
e) Utiliza modelo, análise, framework ou avaliação em um caso de inovação social?	1	2	1	0	2	2	0	0
f) Contribui com a temática: modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design para inovação social?	2	2	1	2	2	1	1	1
Pontuação máxima = 12	8	10	7	7	10	7	7	8
TOTAL								

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Observa-se que a maioria dos estudos se preocupa em conceituar inovação social, porém, apenas dois deles abordam o tema sob a perspectiva do design (BAEK; MERONI; MANZINI, 2015; SVENSSON et al., 2018). Quanto à abordagem de dimensões de uma inovação social, a maioria aborda o tema, porém alguns têm como foco apenas uma dimensão específica, por isso receberam a nota parcial quanto a este quesito. Todos os estudos propõem um modelo, análise, framework ou avaliação, porém, apenas três deles utilizam de forma prática o modelo que propõem para analisar de fato uma inovação social.

Dois trabalhos foram os melhores conceituados: Correia, Oliveira e Gomez (2016), com o artigo “*Dimensions of social innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework*”, e Maurer (2011) na dissertação intitulada “As dimensões de inovação social em empreendimentos econômicos solidários do setor de artesanato gaúcho”. O primeiro enfatiza os papéis dos atores nas inovações sociais e o segundo as dimensões das inovações sociais.

No geral, é possível afirmar que os estudos selecionados contribuem de alguma forma com a temática “modelos, análises, frameworks ou avaliação das dimensões da inovação social e design para inovação social”.

APÊNDICE B – CARTA ASSINADA: CASA DA VIDEIRA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
Setor de Artes, Comunicação e Design
Programa de Pós-Graduação em Design

Curitiba, 14 de agosto de 2018

Prezado Sr. Cláudio Oliver,

Meu nome é Camila Ferrari Krassuski, sou pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Design na Universidade Federal do Paraná e orientada pela professora Dra. Liliane Iten Chaves (membro do corpo docente da Universidade Federal do Paraná e Universidade Federal Fluminense). Por meio desta carta, lhe apresento minha pesquisa e gostaria de manifestar minha vontade de utilizar a Casa da Videira como objeto de estudo de minha pesquisa. Além disso, gostaria de atualizar a base de dados de minha orientadora sobre Casos de Inovação Social.

Em 2009, a Casa da Videira foi catalogada por outros alunos da professora Liliane Iten Chaves em uma disciplina intitulada Design para a Inovação Social e, ainda hoje, é um dos melhores exemplos coletados. Ano passado, os participantes da disciplina retomaram os casos levantados nos anos anteriores para entenderem a situação atual e para fazer uma prospecção das inovações sociais.

Desta forma, um grupo de estudantes me acompanharia na mesma data da entrevista, de forma que otimizaremos seu tempo para as duas ações concomitantemente: atualização do banco de dados e aplicação do framework por mim desenvolvidos, caso aceite participar desta pesquisa.

Sobre a parte documental, já temos bastante material coletado (inclusive conteúdos que você compartilhou com a professora). Porém, para avaliar a evolução da Casa da Videira durante esses anos, seria necessária uma visita técnica *in loco*, guiada, seguida de uma entrevista pessoal com você. Para tanto, solicito uma data em setembro para essas atividades, considerando que uma tarde no local é suficiente. Para melhor interação, coloco abaixo alguns dados sobre meu trabalho:

Título da dissertação: "Proposição de um framework conceitual para análise de casos de design para inovação social"

Problema de pesquisa: "Como estabelecer um framework conceitual para análise de casos de design para inovação social apoiados na sistematização de dimensões fundamentada na teoria explorada?"

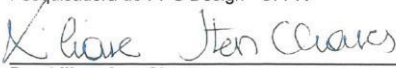
Objetivos da pesquisa: Propor um framework conceitual para analisar as dimensões de casos de design para a inovação social fundamentado na teoria explorada.

Em termos concretos, a pesquisa que estou desenvolvendo irá auxiliar a Casa da Videira a compreender de forma sistemática como está evoluindo, como se comportam os atores, produtos, serviços, bem como suas contribuições para a comunidade, o meio-ambiente e a percepção de bem-estar dos indivíduos.

Aproveito para deixar claro que os dados coletados e os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos e que estes contribuirão enormemente termos científicos e de desenvolvimento de pesquisa. Gostaria de expressar a grande importância que sua contribuição faria para o desenvolvimento deste trabalho.

Desde já agradeço
Atenciosamente,


Camila Ferrari Krassuski
Pesquisadora do PPG Design - UFPR


Dra. Liliane Iten Chaves
Professora do PPG Design - UFPR

APÊNDICE C – ROTEIRO DE PESQUISA

Roteiro de pesquisa: Dimensões analíticas e abordagens de design para casos de inovação social

*Antes da entrevista, recomenda-se a coleta prévia e análise de documentos como: cartas, memorandos, minutas de reuniões, relatórios e outros documentos internos, estudos ou avaliações formais do local, artigos e matérias de publicados na mídia.

Data:

Local:

Nome do pesquisador:

Nome do pesquisado:

Nome da inovação social:

Inovação social existe desde:

1. CONDIÇÕES DE SURGIMENTO

1.1 Contexto macro (Fatores externos: contexto crítico, mundo altamente conectado)

- (Observação do pesquisador)

1.2 Contexto micro - motivações (Desafios, oportunidades, reconhecimento do problema, desejo de mudança, vontade de agir, busca por novos modos de vida, trabalho e consumo)

1.2 a) Qual era o nível de satisfação em relação ao modo de vida que você levava anteriormente à inovação social? (Quanto à qualidade de vida, bem-estar e trabalho)?

1.2 b) Qual o principal problema que o levou a criar a inovação social?

1.2 c) O que o levou a agir diante desse problema?

1.2 d) No início, você contou com mais pessoas na empreitada?

1.3 Meio favorável (Meios criativos que favorecem a diversidade, tolerância, coesão social, pertencimento; infraestruturas técnicas)

1.3 a) Existe uma infraestrutura educacional que dê suporte à inovação social?
(Aprendizagem, especialização, auxílio ao empreendedor)

1.3 b) Existe uma infraestrutura econômica que dê suporte à inovação social?
(Financiamento, recursos monetários)

1.3 c) Existe uma infraestrutura política que dê suporte à inovação social? (Leis e regulamentações favoráveis)

1.3 d) Considera que o meio em que está inserida a inovação social oportuniza, facilita ou estimula a diversidade sociocultural, a tolerância e a democraticidade?

2. NATUREZA

2.1 Objeto (O que é a inovação social em si, sua essências e particularidades)

2.1 a) O que faz a inovação social?

2.1 b) Qual é a essência da inovação social?

2.1 c) Qual é a inovação ou diferencial que a inovação social oferece?

2.2 Objetivos (Gerais e específicos)

Gerais: (bem-estar, sustentabilidade e novas relações sociais)

- (Observação do pesquisador)

Específicos: o que a inovação social se propõe a realizar e contribuir

2.2 a) Por que a inovação social existe?

2.2 b) Qual é o propósito da inovação social?

2.2 c) Quais os principais desafios atuais que a inovação social busca resolver?

2.2 d) Qual é a maior mudança que o projeto busca provocar?

2.3 Tangibilidade (novas ideias, processos, serviços, produtos)

2.3 a) O que a inovação social produz, tangibiliza, torna possível?

() Processos Quais? _____

() Serviços. Quais? _____

() Produtos. Quais? _____

() Outros _____

2.3 b) Do ponto de vista da formalização, qual é a denominação ou tipo de atuação da entidade?

3. CAMPO E ATORES

3.1 Campo (Principalmente a partir de comunidades locais, mas pode acontecer em diversos setores da sociedade)

- Observação do pesquisador: Principais setores em que a inovação social está contida ou atua:

() Agricultura

() Alimentação

() Cultura

() Economia

- () Educação
- () Ética
- () Lazer
- () Meio Ambiente
- () Política
- () Saúde
- () Social
- () Tecnologia
- () Urbanismo
- () Outros _____

3.2 Atores (Diversos: promotores, participantes, agentes, designers)

3.2 a) Quem são as pessoas que participam ativamente da inovação social?

3.2 b) Quais são as atividades desenvolvidas pelas pessoas?

3.3 Nível de atuação (Inovador, atuando local e globalmente por meio das redes)

- () Local. Como se dá esse contato?
- () Regional. Como se dá esse contato?
- () Nacional. Como se dá esse contato?
- () Internacional. Como se dá esse contato?

4. RECURSOS E DINÂMICAS

4.1 Recursos (Pessoas, capital relacional - interações - fluxos, tempo, conhecimento, redes)

- Observação do pesquisador

4.2 Dinâmicas internas (Arranjam-se em movimentos sociais, organizações colaborativas, em relações de colaboração, cooperação, flexibilidade, engajamento, negociação de conflitos e aprendizagem mútua)

- Observação do pesquisador

4.2 a) Como funciona a gestão dos recursos e fluxos de trabalho? (Reuniões, organização do trabalho e das atividades, definição dos fluxos e tempo, definição dos compromissos de cada colaborador)

4.2 b) Como definem os compromissos de cada um?

4.2 c) Como solucionam possíveis conflitos?

4.2 d) O que significa colaboração para a inovação social?

4.2 e) Quais são as regras e normas de funcionamento?

4.3 Dinâmicas externas (De-baixo-para-cima, P2P e de-cima-para-baixo)

4.3 a) Existem empresas/ organizações que colaboram com a inovação social? Se sim, quais são e como colaboram?

4.3 b) Existem organizações semelhantes à essa onde ocorrem trocas? Se sim, quais são e como colaboram?

5. EVOLUÇÃO

5.1 Estágios (Institucionalização; Mantém-se no quadro não institucional; Esgotamento; Travagem ou abandono)

- Observação do pesquisador dinâmica detectada:
 - () Institucionalização (absorção)
 - () Mantém-se num quadro não institucional (gera outra onda de inovação)
 - () Esgotamento (acaba no momento em que o problema específico se resolve)
 - () Travagem (percurso coercivamente interrompido)

- Observação do pesquisador - se a inovação social se manter no quadro não institucional, pode ser:
 - () Protótipo de solução
 - () Solução madura
 - () Solução implementada

6. RESULTADOS

(Subjetivos, múltiplos e complexos: relativos à qualidade dos resultados que atingem, de acordo os objetivos estabelecidos.

6.1 Resultados gerais (bem-estar, sustentabilidade e novas relações sociais)

6.1 a) Como a inovação social auxilia na conquista do bem-estar de seus envolvidos?

(Observação do pesquisador)

6.1 b) Como a inovação social contribui com a sustentabilidade?

(Observação do pesquisador)

6.1 c) Como a inovação social contribui com a criação de novas relações sociais?

(Observação do pesquisador)

6.2 Resultados específicos (relativos aos objetivos traçados pela inovação social)

6.2 a) O que pode ser considerado sucesso para a inovação social? Os objetivos traçados vêm sendo alcançados?

7. ABORDAGENS DE DESIGN

7.1 Design especializado (praticado por profissionais de design)

7.1 a) Dentro das inovações sociais:

- **Nível operacional** (Concepção de sistemas de produto, serviço e comunicação)
 - **Produto:** Algum profissional de design é responsável pelas embalagens ou produtos?
 - **Serviço:** Algum profissional de design é responsável por projetar fluxo de atividades?
 - **Comunicação:** Algum profissional de design/ publicidade ou marketing é responsável pelas redes sociais, site, materiais impressos?
- **Nível estratégico** (Diagnosticar e apresentar cenários futuros potenciais, apoiar habilidades difusas de design)
 - Algum profissional de design já dentro da inovação social, no diagnóstico/ apoio?

7.1 b) Entre as inovações sociais e outras esferas:

- **Nível estratégico** (Atuação em processos de codesign - articular entre diferentes atores e recursos, organizar coalizões, alimentar diálogos sociais)
 - Algum profissional de design já atuou na inovação social, promovendo diálogos sociais ou articulando entre diferentes atores?

7.2 Design difuso (praticado por não designers) (observação do pesquisador)

Considerando que:

- Podem atuar nas Organizações colaborativas com o objetivo de lidar com problemas locais;
- Podem atuar como Ativistas Locais, atuando na concepção de espaços onde são criadas oportunidades de promoção e debates culturais.

APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO ASSINADO



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
Setor de Artes, Comunicação e Design
Programa de Pós-Graduação em Design

Termo de Consentimento

Estou ciente que os dados e imagens coletados nesta data, serão utilizados estritamente para fins acadêmicos e de pesquisa desenvolvidos por **Camila Ferrari Krassuski**, pesquisadora do Programa de Pós Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná (Setor de Artes, Comunicação e Design) e **Dra. Liliane Iten Chaves**, professora da Universidade Federal do Paraná e Universidade federal Fluminense.

Com esse acordo, certifico que renuncio qualquer tipo de recompensa financeira e autorizo sua divulgação, publicação, exibição e reprodução nesse âmbito.

CURITIBA, 30/09/2018
(Local e data)

CLAUDIO FERRAZ OLIVER
(Nome completo do entrevistado)

R. LUIZ STIVAL, 370 - SIA FELICIDADE
(Endereço do entrevistado)


(Assinatura do entrevistado)

(Via do pesquisador)

ANEXO A – ESTATUTO ASSOCIAÇÃO CASA DA VIDEIRA

ESTATUTO ASSOCIAÇÃO CASA DA VIDEIRA

CAPÍTULO I – DA DENOMINAÇÃO, SEDE E FINS.

Art. 1º. – A Associação Casa da Videira também designada pela sigla ACV, constituída em 21 de maio de 2001, é uma pessoa jurídica de direito privado sem fins econômicos, e duração por tempo indeterminado, com sede e foro na Rua Pedro Nicco 707, casa 2, Mossunguê, CEP 81200-220, Estado do Paraná, sendo possível, mediante a aprovação por Assembleia Geral, serem instaladas filiais em todo o território nacional.

Art. 2º. – A ACV tem por finalidade:

- I- Promoção do desenvolvimento econômico e social,
- II- Combate à pobreza,
- III- Experimentação não lucrativa de novos modelos produtivos e treinamento para o mercado de trabalho,
- IV- Promoção da educação, na forma inteiramente gratuita e com recursos próprios, vedado o seu condicionamento a qualquer doação, contrapartida ou equivalente,
- V- Atendimento a crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social,
- VI- Promoção da cultura e lazer,
- VII- Defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável por meio de estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos.

§ 1º. A ACV não distribui entre os seus associados, conselheiros, diretores, empregados ou doadores eventuais excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, bonificações, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, aplicando-os integralmente dentro

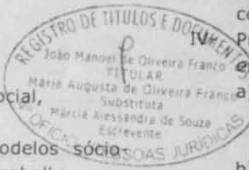
do território nacional, na consecução de seus objetivos institucionais e em sua manutenção.

§ 2º. Para o cumprimento de tais finalidades, a ACV poderá:

- I- Organizar atividades que visem a integração com a comunidade onde atua,
 - II- Elaborar e executar projetos para mobilizar recursos junto à iniciativa pública e privada,
 - III- Estabelecer parcerias com ONGs locais, organismos de cooperação nacionais e/ou internacionais,
- Prestar serviços e/ou comercializar produtos para outras entidades, Poder Público ou Iniciativa Privada:
- a) Comércio varejista de roupas e peças usadas por meio do princípio do comércio justo e solidário, o Bazar da Videira;
 - b) Comércio de sacolas não-descartáveis e bolsas em tecidos ecologicamente corretos;
 - c) Comércio de produtos artesanais;
 - d) Prestação de serviços na área de mídia e produção audiovisual;
 - e) Comércio de temperos, especiarias e conservas, dentro dos requisitos legais.
 - f) Prestação de serviços de consultoria e assessoria a outras organizações e organismos nacionais e internacionais nas áreas de gestão do Terceiro Setor, gestão ambiental, socioeconomia solidária e comércio justo e solidário.

Art. 3º. – No desenvolvimento de suas atividades, a ACV observará os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, economicidade e da eficiência e não fará qualquer discriminação de raça, cor, sexo, gênero ou religião.

§ 1º. A ACV se dedica às suas atividades por meio de execução direta de projetos, programas ou planos de ações.



§ 2º. Estas atividades serão realizadas com o auxílio de doações de recursos físicos, humanos e financeiros.

Art. 4º - A ACV terá um Regimento Interno que, aprovado pela Assembleia Geral, disciplinará o seu funcionamento.

Art. 5º - A fim de cumprir suas finalidades, a ACV será organizada em tantas unidades de prestação de serviços, quantas se fizerem necessárias, as quais se regerão pelas disposições estatutárias.

CAPÍTULO II - DOS ASSOCIADOS

Art. 6º - A ACV é constituída por número ilimitado de associados, distribuídos nas seguintes categorias:

- I- Associados Fundadores - aqueles que participam da Assembleia Geral de Fundação da Associação e assinam Ata da Fundação, com o direito a votar e ser votado em todos os níveis ou instâncias;
- II- Associados Efetivos - cidadãos dispostos a colaborar com a melhoria da qualidade de vida da população: qualquer associado ou pessoa que não seja fundador da ACV, aprovados pela Assembleia Geral dos Associados;
- III- Associados Beneméritos - pessoas físicas ou jurídicas que, pela elaboração ou prestação de relevantes serviços às causas da organização, fizeram jus a este título, a critério da Diretoria e ratificado pela Assembleia Geral; e
- IV- Associados Colaboradores - pessoas físicas que, identificadas com os objetivos da entidade, solicitaram seu ingresso e pagaram as contribuições correspondentes, segundo critérios determinados pelo Conselho Diretor.

§ 1º. A admissão dos associados será realizada dentre os critérios definidos nas categorias acima;

§ 2º. A demissão dos associados pode ser realizada a qualquer tempo, mediante declaração de vontade escrita e apresentada em Assembleia Geral;

§ 3º. A exclusão de associados se dará:

- a) Após apreciação da Diretoria, por decisão soberana da Assembleia Extraordinária convocada para este fim, e da boa conduta assim considerados pelo senso comum ou defendidos pela Associação em Regimento Interno, sendo em todo momento oportunizado o direito ao contraditório e à ampla defesa;

b) Ausentar-se voluntariamente das atividades da ACV, por tempo suficiente a ser entendido pela Assembleia Geral Extraordinária como demonstrativo de desinteresse e abandono desta, após tentativa de contato e comunicação da possibilidade de desligamento, com a data da realização da AGE.

Art. 7º - São direitos dos associados fundadores efetivos, quites com suas obrigações sociais:

- I - votar e ser votado para os cargos eletivos em todos os níveis ou instâncias da sociedade; e
- II - tomar parte nas Assembleias Gerais.

Art. 8º - São deveres dos associados:

- I - cumprir disposições estatutárias e regimentais; e
- II - acatar as decisões da Diretoria.

Art. 9º - Os associados não respondem, nem mesmo subsidiariamente, pelos encargos da ACV.

CAPÍTULO III - DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 10º - A ACV será administrada por:

- I- Assembleia Geral;

- II- Diretoria: e
- III- Conselho Fiscal.

Parágrafo único - a instituição não remunera, sob qualquer forma, os cargos da sua Diretoria e do Conselho Fiscal, bem como as atividades de seus associados, cujas atuações são inteiramente gratuitas.

Art. 11º - A Assembleia Geral, órgão soberano da ACV, será constituída pelos associados em pleno gozo de seus direitos estatutários.

Art. 12º - Compete a Assembleia Geral:

- I- eleger a Diretoria e o Conselho Fiscal;
- II- decidir sobre reformas do Estatuto, na forma do art. 32;
- III- decidir sobre a dissolução da ACV, nos termos do art. 31;
- IV- decidir sobre a conveniência de alienar, transigir, hipotecar ou permutar bens patrimoniais; e
- V- aprovar o Regimento Interno.

Art. 13º - A Assembleia Geral se realizará, ordinariamente, uma vez por ano para:

- I- aprovar a proposta de programação anual da ACV, submetida pela diretoria;
- II- apreciar o relatório anual da Diretoria; e
- III- discutir e homologar as contas e o balanço aprovado pelo Conselho Fiscal.

Art. 14º - A Assembleia Geral se realizará, extraordinariamente, quando convocada:

- I- pela Diretoria;
- II- pelo Conselho Fiscal; e
- III- por requerimento de 2/3 dos associados com direito a voto e quites com as obrigações sociais.

Art. 15º - A convocação da Assembleia Geral será feita por meio de edital afixado na sede da ACV e/ou publicado na Imprensa local, por circulares ou outros meios convenientes com antecedência mínima de 15 dias.

Parágrafo único - qualquer Assembleia se instalará em primeira convocação com a maioria dos associados e, em seguida convocação, com qualquer número.

Art. 16º - A ACV adotará práticas de gestão administrativa, necessárias e suficientes a colir a obtenção, de forma individual ou coletiva, de benefícios e vantagens pessoais, em decorrência da participação nos processos decisórios.

DA DIRETORIA

Art. 17º - A Diretoria será constituída por um Presidente um Vice-Presidente, Secretário Geral e Tesoureiro.

§ 1º. - O mandato da Diretoria será de 4 (quatro) anos, sendo vedada mais de uma reeleição consecutiva.

§ 2º. - É vedada a participação na diretoria de associados que ocupem cargo, emprego ou exerçam função pública.

Art. 18º - Compete à Diretoria:

- I- Elaborar e submeter à Assembleia Geral a proposta de programação anual da ACV;
- II- Executar a programação anual de atividades da ACV;
- III- Elaborar e apresentar à Assembleia o relatório anual;
- IV- Reunir-se com instituições públicas e privadas para mútua colaboração em atividades de interesse comum; e
- V- Contratar e demitir funcionários.

Art. 19º - A Diretoria se reunirá no mínimo uma vez por mês.

Art. 20º – Compete ao Presidente:

- I- Representar a ACV judicial e extrajudicialmente;
- II- Cumprir e fazer cumprir o Estatuto e o Regimento Interno;
- III- Presidir a Assembléia Geral;
- IV- Convocar e presidir as reuniões da Diretoria; e
- V- Coordenar as atividades da sede social, do quadro de associados e responder pela gerência administrativa da sociedade.

Art. 21º – Compete ao Vice-Presidente:

- I- Substituir o Presidente em suas faltas ou impedimentos; e
- II- Assumir o mandato, em caso de vacância, até o término.

Art. 22º – Compete ao Secretário Geral:

- I- Secretariar as reuniões da Diretoria e da Assembléia Geral e redigir as atas; e
- II- Publicar todas as notícias das atividades da entidade.

Art. 23º – Compete ao Tesoureiro:

- I- Arrecadar e contabilizar as contribuições dos associados, rendas, auxílios e donativos, mantendo em dia a escrituração da ACV;
- II- Efetuar o pagamento das contas aprovadas pela Diretoria;
- III- Apresentar a Diretoria relatórios trimestrais de receitas e despesas;
- IV- Apresentar ao Conselho Fiscal a escrituração da ACV, incluindo os relatórios de desempenho financeiro e contábil além das operações patrimoniais realizadas;
- V- Conversar, sob sua guarda e responsabilidade, os documentos relativos à tesouraria; e
- VI- Manter todo o numerário em estabelecimento de crédito.

Art. 24º – Compete aos Diretores da ACV coordenar as ações referentes a:

- I- Contratar e organizar o quadro administrativo;
- II- Instituir programas e projetos;
- III- Contratar serviços de terceiros;
- IV- Realizar treinamentos de voluntários e colaboradores da ACV, além de atividades de relações públicas; e
- V- Organizar e monitorar as atividades relacionadas à captação de recursos.

DO CONSELHO FISCAL**Art. 25º** – O Conselho Fiscal será constituído por 05 (cinco) membros eleitos pela Assembléia Geral.

§ 1º. O mandato do Conselho Fiscal será coincidente com o mandato da Diretoria; e

§ 2º. Em caso de vacância de um dos cargos, o mandato será assumido por um dos outros associados que não ocupe cargo na diretoria, esteja apto para o exercício da função e não se declare impedido.

Art. 26º – Compete ao Conselho Fiscal

- I- Examinar os livros de escrituração da ACV;
- II- Analisar os balanços e relatórios de desempenho financeiro e contábil e as operações patrimoniais realizadas, emitindo pareceres para os organismos superiores de entidade;
- III- Vetar os projetos da Diretoria que não tiverem seus relatórios aprovados;
- IV- Requisitar ao Tesoureiro, a qualquer momento, documentação comprobatória das operações econômico-financeiras realizadas pela ACV;
- V- Acompanhar o trabalho de eventuais auditores externos independentes; e
- VI- Convocar extraordinariamente a Assembléia Geral.

Parágrafo único – O Conselho Fiscal se reunirá ordinariamente a cada 03 (três) meses e, extraordinariamente, sempre que

necessário e seus pareceres devem contar com a concordância de no mínimo 03 (três) membros.

CAPÍTULO IV – DO PATRIMÔNIO

Art. 27º – O Patrimônio da ACV será constituído de bens móveis, imóveis, veículos, semoventes, ações e títulos da dívida pública.

Art. 28º – No caso dissolução da ACV, o respectivo patrimônio líquido remanescente será transferido a outra pessoa jurídica com atividades congêneres, qualificada nos termos da Lei Nº9.790/99.

Art. 29º – Na hipótese da ACV obter e, posteriormente, perder a qualificação instruída pela Lei Nº9.790/99, o acervo patrimonial disponível, adquirido com recursos públicos durante o período em que pendurou aquela qualificação, será contabilmente apurado e transferido a outra pessoa jurídica qualificada nos termos da mesma Lei, preferencialmente que tenha o mesmo objetivo social.

CAPÍTULO V – DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 30º – A prestação de contas a ACV observará no mínimo:

- I- Os princípios fundamentais de contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade;
- II- A publicidade, por qualquer meio eficaz, no encerramento do exercício fiscal, ao relatório de atividades e das demonstrações financeiras da entidade, incluindo as certidões negativas de débitos junto ao INSS e ao FGTS, colocando-os à disposição para o exame de qualquer cidadão.
- III- A realização de auditoria, inclusive por auditores externos independentes, se for o caso, da aplicação dos eventuais recursos objeto de Termo de Parceria, conforme previsto em Regulamento Interno; e

IV- A prestação de contas de todos os recursos e bens de origem pública recebidos será feita de acordo com o previsto no parágrafo único do Art. 70 da Constituição Federal.

CAPÍTULO VI – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 31º – A ACV será dissolvida por decisão de Assembleia Geral Extraordinária, especialmente convocada para esse fim, quando se tornar impossível a continuação de suas atividades.

Art. 32º – O presente Estatuto poderá ser reformado, a qualquer tempo, por decisão da maioria absoluta dos associados com direito a voto, em Assembleia Geral especialmente convocada para esse fim, e entrará em vigor na data de seu registro em Cartório.

Art. 33º – Os casos omissos serão resolvidos pela diretoria e referendados pela Assembleia Geral.

Curitiba, 06 de fevereiro de 2012.

Presidente da Associação Casa da Videira
Cláudio Ferraz Oliver

Said M. Abdul Fattah Junior
Secretário – OAB/PR 38.514

ANEXO B – ANÁLISE DA LEI DE AGRICULTURA URBANA

A lei de Agricultura Urbana... o que avançamos?

Uma das características dos inúmeros movimentos que surgiram nos últimos dez a quinze anos de estabilidade política, social e econômica que o Brasil viveu antes do golpe é sua grande capacidade de chamar atenção e baixa efetividade em promover mudanças permanentes. Muito barulho e pouca permanência. Como ilustrado por uma palestra recentemente enviada por meu amigo Eloy, a razão para isso é o abandono do longo e conhecido caminho da diligência, persistência e disciplina calcada na prática consistente e bem focada em resultados. Outra razão é o excesso de preocupação nas bandeiras que se defende e a pouca capacidade de assumir como objetivo principal a busca do Bem Comum.

Explodem bancadas, da Bíblia, do boi, da Bala, assim como de movimentos: negros, atingidos por barragens, LGBT, pelo direito ao aborto, ou de causas ecológicas diversas em contraposição aos diversos Lobbies de interesses pouco confessáveis. Todos, dos mais simpáticos e poéticos aos mais escusos contribuem para transformar nossa vida e a política em um bazar de causas, interesses e lutas que nem de longe conseguem constituir um projeto ou promover alguma mudança permanente. Isto vale para os pontos que se defendem, mas aplica-se à perfeição ao próprio governo, que ao desviar-se do Bem Comum acabou por jogar fora a oportunidade de promover mudanças permanentes, trocando-as pelo caminho fácil do consumo e da satisfação imediata e da composição de interesses opostos ampliando ao máximo a administração para conter a todas as causas possíveis. Foi bom para fazer uma frente, porém sem promover mudanças estruturais e duradouras, exceção feita à infernizante tomada de três pinos....

Nossa luta e envolvimento com a Agricultura Urbana tem sido acompanhada por uma continuidade de mais de 20 anos, pela construção de marcos teóricos, pela insistência em práticas e pelo diálogo com instâncias acadêmicas e culturais. Tudo isso permitiu que, ao surgir a oportunidade de estabelecer-se uma lei para a atividade, houvesse o que e com o que contribuir.

A união da agilidade das ferramentas modernas com a diligência do método antigo permitiu que ao surgir o momento - que já havia sido tentado por nós em duas ocasiões anteriores junto ao poder legislativo sem conseguir gerar a iniciativa de lei - e a sensibilidade do legislador, o andamento fosse rápido e consequente, além de

democrático e participativo.

Hoje a lei será votada... e mutilada, mas será votada.

Que ganhos podemos perceber neste processo em nossa humilde e limitada opinião?

O que mais salta aos olhos foi o processo conduzido pelo Vereador Goura. Sensível, o vereador teve a habilidade de incluir, facilitar a conversa, conduzir um raríssimo projeto de lei construído a partir das bases, com a capacidade de receber contribuições, enxugar uma lei ao máximo a ponto de deixa-la fácil ao executivo para criar regulamentos e regras. Tudo que uma lei deve ser: curta, direta e sem imposições.

Outro aspecto é a lei ser permissiva e não restritiva, criando um instrumento que lida com a população como responsável e adulta e não como uma instância a ser tutelada.

Desde o ponto de vista de quem observa foi mais um passo na trajetória do Goura. Ele mais uma vez deu um passo, como no caso da greve dos funcionários, no sentido da maturidade política, deixando de ser um vereador de uma bandeira para ser um vereador da cidade. Isso o qualifica ainda mais para vôos mais ousados como a tentativa atual de representar a RMC, sendo mais que o representante de uma de suas muitas causas - a mobilidade, o parto humano ou o vegetarianismo - para ser o representante que busca o Bem comum da cidade e da Região.

Como a grande novidade do cenário político da cidade nos últimos trinta anos, não basta ser mais um a defender uma bandeira - ou fio desencapado como gosto de dizer - seja ela a dos cachorros, das bikes, da diversidade ou o que seja. Um representante representa mais que uma bandeira se desejar voar mais alto, ele representa um projeto, um modo de vida complexo, interativo. E Goura deu este passo.

Do ponto de vista político, além de representar um modo de ver a cidade, conseguiram-se duas façanhas importantes. Em uma administração que sempre pareceu monolítica e impenetrável em sua base de apoio, e onde nenhuma discussão tem sido a crítica mais comum, vimos a base discutir, debater e sair do marasmo. Observaram-se encontros e diálogos sem a bile da amargura, aproximaram-se diferentes como o Vereadores Pier, Julieta e Jairo ao diálogo com a oposição e estabeleceu-se a discórdia com membros da base. Além disso, em uma administração que sempre transmitiu o viés autoritário percebeu-se o debate

representado pela atitude honrada do secretário Gusi, aberto a discutir e harmonizar com os de fora, mas valente o suficiente para estabelecer o contraditório em um ambiente onde a norma tem sido a submissão à vontade do prefeito. Sua atitude honrada de debater e discutir demonstra que existem muitos espaços de Bem Comum a serem construídos e o desejo de fazer o melhor onde parecia não haver diferenças e autonomia. A autonomia do secretário ficou evidente e o debate interno com certeza mexeu num monolito.

Outro avanço importante é que finalmente discutiu-se a loucura de não haver zona rural em Curitiba. Uma decisão que favoreceu no passado a especulação imobiliária, sendo até mais grave que o que ocorre na maior cidade do Brasil, São Paulo, que ainda possui em seu território 25% de zona rural. A inexistência de tal área diminui a resiliência da cidade, alimenta a sanha futura da especulação, inviabiliza a preservação, mas ainda por cima fecha a porta a importantes atividades econômicas. Ao instituir a lei, a cidade dá a volta no impedimento de produtores comercializarem ao permitir o próximo passo, a criação de uma nova atividade: O Agricultor Urbano. Com isso a potencial criação da DAP (declaração de aptidão) e uma possibilidade de criar MEI (micro empreendimentos individuais), o que resolve a limitação criada pela inexistência de zona rural e a consequente impossibilidade de se ter um CADPRO (cadastro de produtor rural). Isso cria mais atividade econômica, potenciais ciclos curtos de comercialização e oportunidade de geração de renda e trabalho.

Um outro aspecto não menos importante foi o desmascaramento da intolerância e do autoritarismo por parte de grupos e bandeiras tidas automaticamente como difusamente positivas. A ausência em todas as audiências públicas convocadas, dos debates e diálogos e o aparecimento de grupos intolerantes ao final do processo de votação demonstrou que ser vegetariano ou gostar de PETs não faz de uma pessoa capaz de dialogar, negociar ou construir soluções alternativas. As posições de caráter fascista - ou do meu jeito ou nada, proibicionista, terrorista e autoritárias, raivosas e agressivas se desnudaram. Ficou evidente a falta de honestidade acadêmica, a posição arrogante e impositiva, a luta pelo não sem a construção do sim, a determinação para destruir uma construção do todo e impor à sociedade uma maneira unilateral de ver o mundo. O ganho é mostrar que o autoritarismo e a incapacidade de diálogo não moram somente de um lado da equação e que são um problema humano e não de uma determinada

bandeira.

Por fim, mexemos com parte da cidade, mídia impressa e televisiva, universidade e poder público, redes sociais e conversas foram geradas.

Demos um passo, com retrocessos, mas certamente avançamos.

Temos mais lutas adiante e poderemos seguir mais fortes na luta e na possibilidade de buscar o Bem Comum como ponto de encontro e campo de soluções.

Claudio Oliver - 10/09/2018